



Universidad
Tecnológica
del Perú

Facultad de Administración y Negocios
Administración de Empresas

Programa Especial de Titulación:

**Plan de Negocio de Servicio de lavado de vehículos ligeros con sistema Eco- Amigable
mediante un aplicativo móvil en los Distritos de Lince, San Miguel, Magdalena, Pueblo
Libre y Jesús María**

**para optar el Título Profesional de Licenciada en
Administración de Empresas**

Sherly Bermudo Camargo
Marycielo Luz Evaristo Pardavé
Yackelyn Mercedes Uculmana Quispe

Lima – Perú

2019

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	9
RESUMEN EJECUTIVO.....	10
1. CAPÍTULO UNO - EL MERCADO.....	11
1.1. Análisis del producto	11
1.1.1. Situación actual del producto	11
1.2. Análisis del sector.....	21
1.2.1. Situación actual de la oferta	27
1.2.2. Situación actual de la demanda	50
1.3. Análisis de mercado	52
1.3.1. Investigación de mercado	52
1.3.2. Planificación del mercado	68
2. CAPÍTULO DOS – PLAN DE MERCADOTECNIA.....	68
2.1. Objetivos de mercadotecnia	68
2.2. Estrategia de posicionamiento.....	69
2.3. Mezcla de mercadotecnia.....	70
Fuente: Elaboración propia	76
2.4. Plan de Marketing	85
2.5. Cadena de valor	88
3. CAPÍTULO TRES - GERENCIA Y ORGANIZACIÓN.....	89
3.1. Gerencia.....	89
3.2. Organización	104
3.2.1. Descripción del negocio	104
3.3. Desarrollo del negocio	111
3.3.1. Servicio	111
3.3.2. Requerimientos.....	118
3.3.3. Operaciones	130
4. CAPÍTULO CINCO – PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	140
4.1. Presupuesto de inversión	140
4.1.1. Activos Tangibles.....	140
4.1.2. Activos Intangibles	142
4.1.3. Capital de trabajo.....	143
4.2. Estructura de inversión y financiamiento	144

4.2.1.	Estructura de la inversión y su proyección	144
4.2.2.	Presupuesto de costos.....	144
4.2.3.	Punto de equilibrio	149
4.2.4.	Fuentes de financiamiento	150
4.3.	Estados financieros	152
4.3.1.	Estado de resultados general.....	152
4.3.2.	Estado de situación financiera	153
4.3.3.	Estado de flujo de efectivo	154
4.4.	Evaluación de la inversión	154
4.4.1.	Cálculo de Costo de Oportunidad	154
4.4.2.	Estructura de WACC.....	156
4.4.3.	Ratios Contables.....	156
4.5.	Evaluación económica.....	158
4.5.1.	Estructura de Flujo de Caja Económico	158
4.5.2.	VAN Económico.....	158
4.6.	Evaluación financiera	159
4.6.1.	Estructura de Flujo de Caja Financiero	159
4.6.2.	VAN Financiero	160
4.7.	Análisis de sensibilidad	160
4.8.	Análisis de escenarios	161
5.	CONCLUSIONES.....	163
6.	RECOMENDACIONES	164
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	165
7.	BIBLIOGRAFÍA	166
8.	ANEXOS	168

INDICE DE TABLA

Tabla N° 1: Ficha Técnica	19
Tabla N° 2: Listado de servicios y precios Biowash Express	37
Tabla N° 3: Listado de servicios y precios MR Green	38
Tabla N° 4: Listado de servicios y precios Autowash	39
Tabla N° 5: Factores influyentes de entorno	43
Tabla N° 6: Perfil de Hogares	45
Tabla N° 7: Ingresos y Gastos según NSE 2018	46
Tabla N° 8: Insumos y precio de ECO TOUCH.....	48
Tabla N° 9: Insumos y precio de DRYWASH.....	49
Tabla N° 10: Insumos y precio de SHINING CAR.....	49
Tabla N° 11: Insumos y precio de ECO ESTETIC	50
Tabla N° 12: Insumos y precio de EINHELL	50
Tabla N° 13: Segmentación de mercado	55
Tabla N° 14: Proyección demanda mensual	67
Tabla N° 15: Proyección demanda anual.....	67
Tabla N° 16: Insumos para el servicio	73
Tabla N° 17: Costo unitario lavado exterior por vehiculo.....	74
Tabla N° 18: Costo unitario lavado interior por vehiculo.....	74
Tabla N° 19: Costo unitario lavado premium por vehiculo.....	75
Tabla N° 20: Costo unitario de insumos para el servicio	76
Tabla N° 21: Costo anual de insumos para el servicio	76
Tabla N° 22: Precio de venta unitario para el servicio.....	77
Tabla N° 23: Gastos de Publicidad	85
Tabla N° 24: Gastos de Venta	85
Tabla N° 25: Presupuesto de Marketing	87
Tabla N°26: Matriz EFI ponderado.....	94
Tabla N°27: Matriz EFE ponderado	95
Tabla N°28: Cuadro de asignación del personal	110
Tabla N° 29: Flujograma Del Servicio	114
Tabla N°30: Flujograma del servicio delivery mediante el APP	115

Tabla N° 31: Cuadro de servicio en N° de servicios MENSUAL.....	116
Tabla N°32: Cuadro de servicio en N° de servicios ANUAL.....	117
Tabla N°33: Remuneraciones de colaboradores	118
Tabla N°34: Activos Fijos.....	119
Tabla N°35: Activos Intangibles	119
Tabla N°36: Cálculo de Stock Insumos.....	124
Tabla N° 37: Activos Fijos.....	141
Tabla N°38: Resumen de Activos Fijos.....	141
Tabla N° 39: Depreciación de Activos Fijo	141
Tabla N° 40: Inversión Intangible	142
Tabla N°41: Amortización de activos intangibles	142
Tabla N° 42: Resumen de capital de trabajo.....	143
Tabla N°43: Gastos Administrativos	143
Tabla N°44: Gastos de Venta	143
Tabla N°45: Costos de Servicio	144
Tabla N°46: Resumen de Inversión	144
Tabla N°47: Costo de Ventas Mensual en soles	146
Tabla N°48: Costo de Ventas Anual en soles	147
Tabla N° 49: Presupuesto de Ventas Mensual en soles	148
Tabla N°50: Presupuesto de Compras Mensual en soles	148
Tabla N° 51: Cálculo de punto de equilibrio	149
Tabla N° 52: Estructura Capital	150
Tabla N°53: Financiamiento	150
Tabla N°54: Cronograma de pagos	151
Tabla N°55: Estado de Resultados Generales.....	152
Tabla N°56: Estado de Situacion Financiera.....	153
Tabla N° 57. Estado Flujo de Efectivo	154
Tabla N° 58: Cálculo del COK	155
Tabla N° 59: Cálculo del WACC	156
Tabla N° 60: Liquidez	156
Tabla N° 61: Solvencia	157
Tabla N°62: Rentabilidad.....	157
Tabla N°63: Ratio de Gestión	157

Tabla N° 64: Flujo de Caja Económico	158
Tabla N° 65: Flujo de Caja Financiero	159
Tabla N° 66: Analisis de Sensibilidad	160
Tabla N° 67: Cálculo de escenario Optimista.....	161
Tabla N° 68: Cálculo de escenario Optimista.....	162

INDICE DE FIGURA

Figura N° 1: Tasas de crecimiento económico 2008-2021	21
Figura N° 2: Proyeccion de inflacion en nuestro país.....	23
Figura N° 3: Balaza comercial proyectada	24
Figura N° 4: Descripción de BLOWASH EXPRESS.....	28
Figura N° 5: Descripción de AUTOWASH.....	29
Figura N° 6: Descripción de MR GREEN	30
Figura N° 7: Descripción de MARCECAR´S	31
Figura N° 8: Descripción de CARDELUXE	32
Figura N° 9: Mapa Lima Metropolitana	42
Figura N° 10: Croquis de ubicación local	42
Figura N° 11: Foto satélite de ubicación local	43
Figura N°12: Descripcion de estilos de vida.....	47
Figura N° 13: Layout del establecimiento.....	81
Figura N° 14: Evidencia Fisica.....	84
Figura N° 15: Tamaño Del Sector	98
Figura N° 16: Parque automotor según clase de vehículo	100
Figura N° 17: Estadística poblacional	101
Figura N° 18: Consumo estimado de agua por distritos	103
Figura N° 19: Plano del establecimiento formato 2D.....	126
Figura N° 20: Plano del establecimiento formato 3D.....	127
Figura N° 21: Plano de áreas formato 3D	128

INDICE DE ANEXO

ANEXO 1: Aspecto Legal	168
ANEXO 2: Busqueda de nombre	177
ANEXO 3: Formato de Sunat: RUC	180
ANEXO 4: MINUTA	182
ANEXO 5: Detalle de Gasto de Venta	186
ANEXO 6: Información referencial para planilla	186
ANEXO 7: Planilla de remuneración en los próximos 5 años.....	187
ANEXO 8: Margen de ganancia.....	187

INTRODUCCIÓN

La actual investigación se enfoca en el servicio de lavado de vehículos en Lima Metropolitana y cómo es el proceso que adoptan los principales establecimientos de lavados, si contribuyen o no al cuidado del medio ambiente, asimismo sobre los requerimientos de las formas de lavados. Hemos recurrido a estudios con alto índice de confiabilidad, que nos orientará con la formulación del plan de negocio en beneficio de la sociedad, como, por ejemplo, que el parque automotor se encuentra en permanente crecimiento, identificando a Lima con la mayor cantidad de automóviles (2791.598 unidades) transitando por sus rutas, manteniendo así una constante progresión sostenida, punto que la Asociación Automotriz del Perú destaca manifestando que las empresas que brindan asistencia al rubro automotriz, tanto en la comercialización de repuestos como para el cuidado vehicular, vienen teniendo un avance significativo de la mano con el sector.

El indicador principal del proyecto es conocer a cuantos propietarios o usuarios les parece atractivo un servicio de lavado con insumos ecológicos sin uso excesivo de agua. Para ello realizamos un estudio de campo, así poder analizar el target, determinando su mejor opción a la hora de elegir el servicio y quienes están dispuestos a solicitarlo. Es importante señalar, que, según el BCRP, la informalidad para este negocio se ha incrementado en altos índices, que carecen de una atención grata, técnicas básicas de lavado, falta de conciencia ambiental. Por ello nos centraremos en brindar un servicio personalizado e innovador, aportando a la conservación del medio ambiente.

Concluyendo, después de recopilar y examinar los datos obtenidos, buscamos reconocer los tipos de servicio a ofrecer e identificar las necesidades de un potencial cliente. Por ello, señalamos que este plan posee un enfoque innovador que incluye un servicio de lavado 100% ecológico con opción a delivery.

RESUMEN EJECUTIVO

BIOCAR WASH, es una empresa que tiene como core business el lavado de vehículos ligeros con el objetivo de ofrecer un servicio diferenciado (ecológico) basando sus funciones al cuidado del medio ambiente, promoviendo el uso responsable del agua y de los recursos de limpieza para vehículos que esta empresa promueve; actualmente la competencia no escatima el uso excesivo de agua para la limpieza de vehículos, estas empresas no toman la debida importancia a este asunto que en un futuro podría convertirse en un problema global.

Otra de las causas que propició la creación del servicio eco-amigable es el crecimiento de los servicios informales, la mala calidad de los servicios de estas empresas unido al uso desproporcionado de los recursos de limpieza, el uso excesivo del agua y la falta de estrategias innovadoras para dichas ofertas son factores que han propiciado la creación de una nueva propuesta dentro del rubro. Es por ello que BIOCAR WASH se constituye en una oferta diferenciada e innovadora brindando eficiencia en los procesos de pre y post atención, ofreciendo seguridad, limpieza y utilización responsable de los recursos, adicionando un servicio delivery mediante un aplicativo celular utilizando así las tecnologías vigentes y fomentando una conciencia ecológica del cuidado del medio ambiente. BIOCAR WASH, tendrá la misión de satisfacer las necesidades de limpieza vehicular de los clientes potenciales de la zona 6 de Lima Metropolitana estos distritos son: Lince, San Miguel, Pueblo Libre, Magdalena y Jesús María. BIOCAR WASH haciendo uso de las nuevas tecnologías en aplicativos celulares adquirirá un APP (aplicativo para celulares), dirigido a aquellos clientes que no cuentan con tiempo disponible para asistir a un establecimiento de lavado, sirviendo así esta APP como asistencia vehicular a domicilio. BIOCAR WASH estará ubicado en el distrito de Magdalena debido a que es un punto ideal para el desplazamiento a los distritos aledaños. Para poder poner en marcha este proyecto necesita de un total de inversión de s/ 87,000, con un financiamiento de 68.97% entre las tres socias y 31.03% por el Banco Continental BBVA; con una fase de recuperación del capital invertido de 2 años. Según lo investigado y habiendo analizado el enfoque cualitativo y cuantitativo de este proyecto se llega a la conclusión de que BIOCAR WASH es un proyecto viable y rentable.

1. CAPÍTULO UNO - EL MERCADO

1.1. Análisis del producto

1.1.1. Situación actual del producto.

- Descripción del producto

Somos una compañía que brinda el servicio de lavado de vehículos que ante el actual mercado informal buscará ser una solución innovadora y socialmente responsable utilizando equipos y productos eco-amigables enfocados en el cuidado del medio ambiente.

Además, como factores diferenciadores la empresa ofrecerá una atención personalizada de calidad, seguridad, rapidez y confianza para nuestros clientes ya que contaremos con una aplicación móvil en el cual podrán reservar o solicitar nuestro servicio delivery asimismo monitorear el estado de su requerimiento.

- Tipos de servicios brindados por el negocio

BIOCAR WASH ofrece el lavado de autos usando productos biodegradables eco-amigables, estos disuelven la suciedad del auto inmediatamente, protegiendo la superficie de ralladuras, dejando una capa protectora y brillante por más tiempo.

En la actualidad ya existen en el mercado diversos productos ecológicos de limpieza para el lavado de autos siendo igual de eficaces y preservando el medio ambiente. Estas técnicas se utilizan sin desperdiciar agua, menor tiempo y clientes satisfechos.

Servicio Básico – Lavado Exterior

Consiste en dar servicio de limpieza directa con productos biodegradables a la carrocería, aros, neumáticos, cristales, faros y renovación de plásticos, retirando la suciedad utilizando una microfibra.

- ✓ Lavado y encerado de carrocería



- ✓ Limpieza de aros



- ✓ Limpieza de neumáticos



✓ Limpieza de lunas



✓ Aplicado de protector a zonas plásticas



Servicio Básico – Lavado Interior

El interior de nuestros vehículos posee diversas partes y cada una debe ser atendida con especial cuidado y atención. Así, la limpieza básica empezará con un:

- ✓ Lavado y aspirado



- ✓ Siliconado de interiores



- ✓ Aromatizado



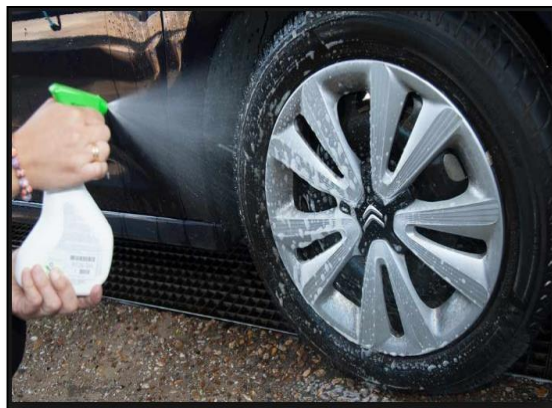
Servicio Premium – Lavado Exterior E Interior

Este servicio es altamente buscado ya que es de limpieza profunda, lavado de óptima calidad para el interior del auto, quitando el mal olor y removiendo manchas de tapete.

- ✓ Lavado y encerado de la carrocería



- ✓ Limpieza de aros y neumáticos



- ✓ Aspirado interior (alfombra, asientos, maletera)



- ✓ Aplicado de protector a tablero y puertas



- ✓ Aplicado de ambientador



- Propiedades y usos de productos

El efecto del cambio climático ya afecta a nuestro país, en los últimos años se registra una carencia de agua por bajas reservas. Uno de los casos de mayor desperdicio es el lavado de vehículos con manguerazos de agua.

Este plan de negocio tiene el propósito de ofrecer un servicio de calidad e innovador, eco-amigable, con reducción de tiempos de espera para los usuarios; asimismo se utilizan insumos biodegradables, que poseen garantía para el cuidado de su vehículo y una app para solicitar el servicio delivery, así cumplir eficientemente con la satisfacción del mercado.

Nuestros insumos son fabricados de tal forma que no dañan el medio ambiente; especialmente diseñados con componentes naturales no contaminantes.

- ✓ Productos ecológicos en seco que permiten lavar, encerar y sacar brillo.
- ✓ Los productos a utilizar encapsulan y emulsionan la suciedad, protegiendolo ante los rayos UV, la contaminación ambiental y la oxidación.
- ✓ Actúan de manera efectiva, permitiendo reducir el tiempo de espera deseado.

Limpiador-abrillantador de carrocería

Su utilidad tiene sorprendentes resultados con los vidrios, espejos, cromados, tableros y paneles interiores de cualquier tipo de vehículo, logrando un retocado óptimo y ahorro de tiempo.

Renovador de Neumáticos

Es un restaurador de brillo, que simultáneamente limpia y protege. Su contenido está formulado para otorgar alto brillo a superficies de gomas, caucho y artículos maleables. El uso exterior permite en minutos un secado rápido gracias a sus propiedades no grasosas y no solventes.

Shampo para alfombras y tapices

Posee componentes que eliminan esmeradamente la suciedad más complicada, con un fácil aplicado ayuda a mantener impecable el tapiz de tu vehículo.

Tabla N° 1: Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DE LA EMPRESA:	BIOCAR WASH
RAZÓN SOCIAL:	BIOCAR WASH SRL
UBICACIÓN:	Av. Javier Prado Oeste 586 - Lima
SERVICIO:	Empresa dedicada al lavado de vehículos ligeros con un sistema eco-amigable mediante un aplicativo móvil, utilizando productos biodegradables.
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:	<p>BIOCAR WASH ofrece a los clientes dos servicios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Servicio BÁSICO (lavado exterior)</u>: Consiste en lavar y encerar la carrocería, limpiar los aros, neumáticos, lunas y aplicar la lamina protectora a zonas plásticas. 2. <u>Servicio BÁSICO (lavado interior)</u>: Consiste en aspirar todo el interior del vehículo, limpiar y aplicar la lámina protectora a zonas plásticas. 3. <u>Servicio PREMIUM (lavado exterior e interior)</u>: Consiste en lavar y encerar la carrocería, limpiar los aros, neumáticos y lunas, aspirar el tapiz, asientos y cajuela, aplicar la lámina protectora al tablero y puertas; por último, el ambientador
NECESIDADES Y ESPECTATIVAS DE LOS CLIENTES:	Brindar servicio innovador, disminuyendo el tiempo de espera para la atención, buscando cuidar el auto sin ralladuras.

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Análisis FODA

MATRIZ FODA EMPRESA “BIOCAR WASH”	FORTALEZAS – F	DEBILIDAD – D
	1. Empresa comprometida con la responsabilidad social y ambiental. 2. Fomentar la innovación constante del servicio. 3. Calidad de servicio tanto en el servicio pre post venta. 4. Uso de productos y herramientas ecológicas para la ejecución del servicio.	1. Poca experiencia en el rubro. 2. Poca capital disponible. 3. Empresa no cuenta con historial crediticio. 4. Implementación inicial de una cultura y clima organizacional en el desarrollo. 5. Gran número de competidores en el mercado entre formales e informales.
OPORTUNIDADES – O	FO	DO
1. Estabilidad económica del país con respecto a los últimos 10 años. 2. Apoyo por parte del gobierno a la innovación y emprendimiento empresarial. 3. Desarrollo de nuevas tecnologías para la gestión de los negocios. 4. Nuevos regímenes especiales de trabajo y reducción paulatina de los impuestos. 5. Medios de comunicación rápida y directa como WhatsApp, Facebook live, video llamadas para comunicarse con el proveedor y con el cliente. 6. Aumento del parque automotor en nuestro país.	F1, O1: Fomentar las buenas prácticas laborales haciendo énfasis en el cumplimiento del MOF y del ROF, con el objetivo de otorgar a nuestros trabajadores un excelente ambiente laboral. F2, O2: Generar un plan para el incentivo hacia la creación de nuevos productos y servicios, aprovechando el apoyo del gobierno al emprendimiento. F3, O3: Incrementar la iniciativa innovadora dentro de la empresa, con la finalidad de desarrollar nuevas ideas para el negocio. F4, O4: Fomentar el uso de recursos ecológicos dentro de la estructura de servicio ofertado reduciendo así la contaminación ambiental que otros servicios no otorgan.	D1, F1: Contratar en el mediano plazo a personal con mayor conocimiento y experiencia en el rubro. D2, O2: Estructurar un plan financiero con el estado y entidades financieras en un plazo de 3 años. D3, O3: Incrementar la iniciativa de financiamiento para la innovación donde podamos contar con nuevas ideas de negocio D4, O4: Implementación de una cultura y clima organizacional acorde a los lineamientos de la organización expuestos en el MOF Y ROF. D5, O5: Adoptar un plan de concientización a los usuarios, advirtiéndoles del uso indiscriminado del agua por parte de la competencia haciendo uso de nuestras redes sociales
AMENAZAS – A	FA	DA
1. Cambio climático y presencia de años secos (fenómeno del niño o niña). 2. Estancamiento de la economía en el país debido a casos de corrupción. 3. Poca confianza a los servicios de DELIVERY para este rubro. 4. Aumento de la competencia desleal e informal. 5. Restricciones de las importaciones de los insumos ecológicos desde china por causa del Coronavirus.	F1, A1: Estructurar un plan de contingencia contra desastres naturales F3, A3: Incrementar la publicidad para el servicio Delivery optando por un plan de renovación de la confianza hacia nuestros usuarios. F4, A4: Fomentar e implementar un plan de tolerancia cero para la competencia desleal e informal que perjudica a todo el rubro de servicios en todo el país.	D1, A3 - Estructurar un proceso de selección minuciosa en la convocatoria para el personal, especialmente a las que realizarán el servicio delivery. D5, A5 – Posicionarse en un nivel alto de satisfacción en el cliente en cada servicio para fidelizar la utilización del servicio. D4, A3 - Concretar un plan de seguimiento y control en los procesos de servicio al personal.

1.2. Análisis del sector

METODOLOGÍA PESTEL

1) Político:

El gobierno a través del Ministerio de la Producción viene promoviendo el emprendimiento empresarial a través de programas que financian proyectos de negocio innovadores, dinámicos y de alto impacto cultural, social y medio ambiental que cumplan los requisitos que establece dicho ente y sean viables al mediano y al largo plazo. El 26 de enero del presente año se realizaron los comicios para parlamentarios del nuevo congreso del 2020 hasta julio del 2022 esto a causa del cierre total del congreso por parte del Ejecutivo como consecuencia de actos de corrupción por parte del congreso disuelto, considerando este momento como parte de la crisis política que está atravesando nuestro país.

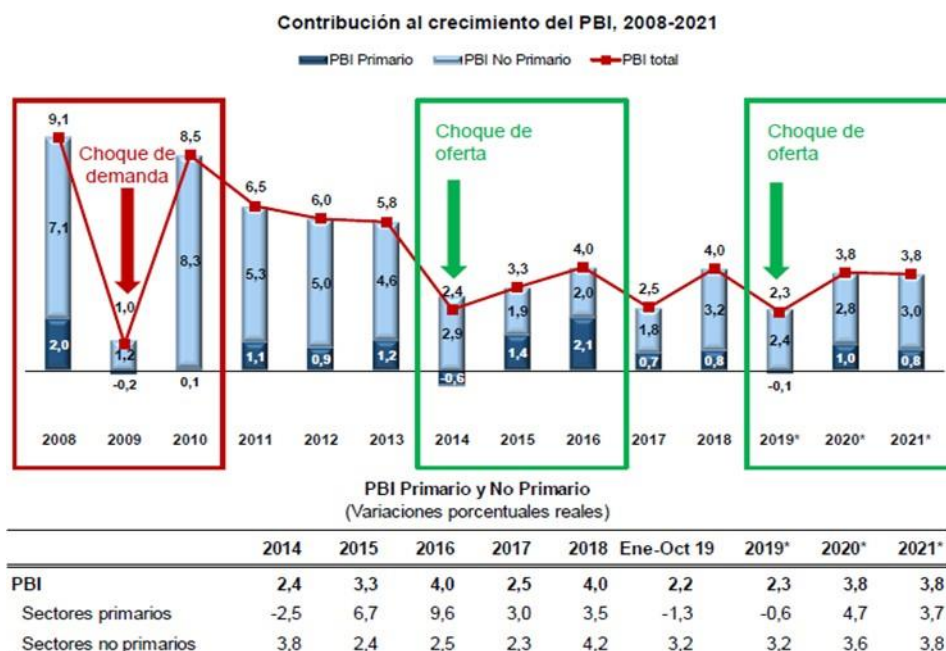


Figura N° 1: Tasas de crecimiento económico 2008-2021

Fuente: BCRP - proyecciones

2) **Económico:**

Según el Banco Central de Reserva del Perú, liderado por el Dr. Julio Velarde indica que luego de un complicado 2019 donde nuestro PBI se contrajo en 1.7 puntos porcentuales con respecto al año 2018, consecuencia de la crisis política que remeció nuestro país debido a actos de corrupción en las más altas esferas del gobierno sumado a la menor inversión pública registrada en ese año dieron como resultado una caída del PBI para el 2019 con un total de 2.3 %, No obstante, y haciendo match con lo mencionado por la ministra de economía y finanzas María Antonieta Alva, se prevé que la economía crecerá 4% durante el 2020 tras haber afrontado un año complejo en el 2019 propiciado en gran parte por la incertidumbre económica global. (NOTICIAS, 2019)

“La ministra precisa también que la economía peruana es una de las más sólidas de la región y cuenta con fundamentos macroeconómicos que le han permitido enfrentar el entorno adverso. Alva destacó que la economía nacional mostro una recuperación durante el segundo semestre del 2019 impulsada por la demanda interna, sustentada a su vez por la inversión privada y el consumo, una tendencia que se mantendrá durante 2020 y permitirá que Perú sea nuevamente una de las economías con mayor crecimiento de la región” (Finanzas, 2019).

Proyección de la Inflación en nuestro país

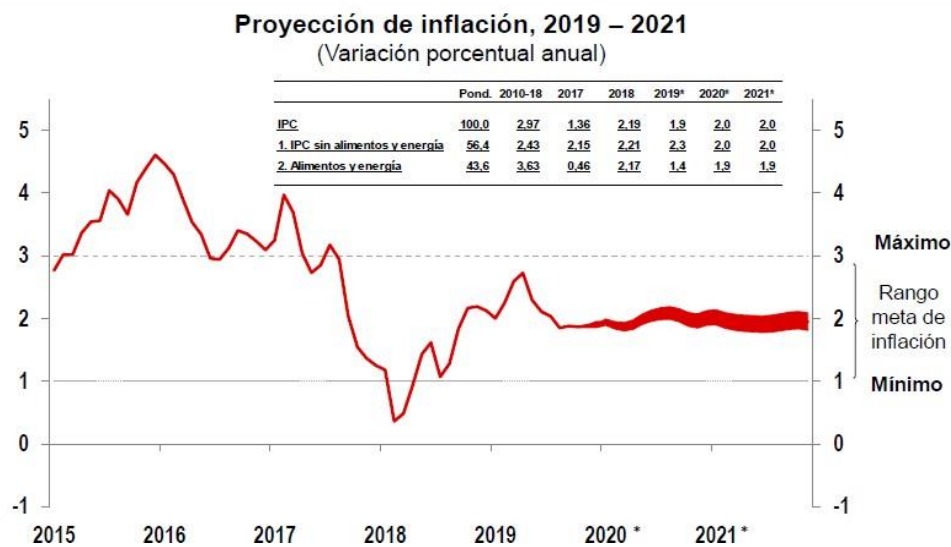


Figura N° 2: Proyección de inflación en nuestro país
Fuente: BCRP – proyecciones

Según fuente del Banco Central de Reserva del Perú, la inflación para diciembre del 2019 fue de 2.18% se espera que para el año 2020 y 2021 la inflación no supere el 2% teniendo una reducción positiva de la tasa inflacionaria para esos años.

Balanza comercial proyectada:

BALANZA COMERCIAL (Variaciones porcentuales)						
	2018	2019*		2020*		2021*
		RI Set	RI Dic	RI Set	RI Dic	RI Dic
1. Valor:						
Exportaciones	8,0	-3,3	-3,4	5,7	4,9	4,8
<i>Productos tradicionales</i>	6,2	-6,1	-6,1	3,8	3,6	2,8
<i>Productos no tradicionales</i>	12,9	4,3	4,1	10,5	8,4	9,6
Importaciones	8,1	-0,3	-2,4	6,3	4,5	5,5
2. Volumen:						
Exportaciones	1,6	0,3	-0,2	5,9	4,2	4,6
<i>Productos tradicionales</i>	-1,5	-2,1	-2,7	5,4	3,3	2,7
<i>Productos no tradicionales</i>	11,0	6,9	6,2	7,2	7,2	7,4
Importaciones	1,6	0,8	-0,7	5,4	3,8	4,3
3. Precio:						
Exportaciones	6,3	-3,6	-3,1	-0,2	0,7	0,2
<i>Productos tradicionales</i>	7,8	-4,1	-3,5	-1,6	0,3	0,1
<i>Productos no tradicionales</i>	1,8	-2,4	-1,9	3,0	1,1	2,0
Importaciones	6,5	-1,1	-1,7	0,9	0,7	1,1

Figura N° 3: Balaza comercial proyectada

Fuente: BCRP – proyecciones

Según fuente del Banco Central de Reserva del Perú, se espera que las importaciones recuperen paulatinamente su fuerza para los años 2020 y 2021 pasando de un 6.2% a un 7.2% en volumen importado para el año 2020 y 2021. (BCRP, 2019)

3) Social:

Según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, “la tasa de desempleo aumento a casi 326 mil personas registrando un aumento de 0,2% en comparación al mismo período del año anterior, según el último informe del INEI en su mayoría mujeres con un total de 16 mil mujeres desempleadas mientras que los varones la cifra es mucho menor.” (INEI, 2019)

Respecto al empleo (tanto informal como formal), la cifra mejoró. Se pasó de 4 millones 982 mil a 5 millones 014 mil las personas con un trabajo en el último trimestre del año pasado. Es decir, 32 mil 300 personas más lograron ocuparse durante ese tiempo, registrando un incremento de 0,7% respecto al período octubre - diciembre del 2018.

4) Tecnológico:

BIOCAR WASH siguiendo la tendencia se une al uso de la tecnología en los procesos, implementa una aplicación que permite atender directamente a los clientes minimizando el tiempo y aprovechando el uso de celular.

Ipsos Apoyo presentó su estudio sobre los hábitos, usos y actitudes hacia la telefonía móvil, grupo que está conformado por el 80% de la población del Perú Urbano.

Según los principales hallazgos del informe, “6 de cada 10 usuarios de telefonía móvil peruanos tienen una línea prepaga. Los principales usos que le dan al dispositivo son llamadas (91%), mensajes de texto (66%), tomar fotos y videos (44%).”

“La mitad de usuarios de telefonía móvil en el Perú se conecta a internet desde tu teléfono. Un 28% usa los datos móviles, mientras que el 18% usa wifi.

Respecto al celular ideal, la mayoría (un 61%) dijo que es importante la duración de la batería. Las características secundarias fueron, un procesador más rápido (43%), diseño (42%), memoria con más GB (40%)” (IPSOS, 2018)

La tecnología innovadora se considera una alternativa de mejora para la organización, porque si bien obtenerla signifique un costo elevado, al incluirla en los procesos esta beneficie la calidad y tiempo del servicio.

La Sociedad Nacional de Industrias (SNI) a través del Centro de Desarrollo Industrial (CDI) presento en su XIV edición del Informe Global de Tecnología de la Información (2015) un ranking donde se evaluaba el impacto de las TICs en el proceso de desarrollo y competitividad de 143 economías del mundo y en el cual Perú ocupaba el puesto 90 de 143 países. Este hecho refleja un pobre desarrollo tecnológico no favorable respecto al resto de países.

Asimismo, el desarrollo de negocios de tipo Star Up en el Perú se han incrementado en los últimos años. Según el Diario Gestión6, Perú tendrá 50% más de startups el 2017, respecto al 2016, pero aún sigue en la cola de la región. Este hecho, al margen de su lento crecimiento, presenta como una

oportunidad para diversos sectores económicos debido a que permite mejorar la eficiencia al sistematizar las operaciones.

5) Ecológico:

La empresa BIOCAR WASH contribuye de manera positiva al cuidado del medio ambiente al no utilizar agua en el proceso de lavado evitando el mal uso y desperdicio. Utiliza productos ecológicos que no generan daño en el medio ambiente.

De acuerdo con el estudio: Análisis Ambiental del Perú “Retos para un desarrollo sostenible”; los costos que genera la contaminación en el Perú manifiesta un crecimiento y gran efecto en:

“(...) Abastecimiento de agua; sanidad e higiene; contaminación atmosférica urbana; desastres naturales; exposición al plomo; contaminación del aire en locales cerrados; degradación de la tierra; deforestación e inadecuada recolección municipal de desechos. Combinados, estos problemas ambientales cuestan 8,2 billones de soles, ó 3,9 por ciento del PBI.” (Peru, 2018)

El gobierno ha ejecutado políticas como el Plan Bicentenario las cuales están focalizando esfuerzos para establecer un desarrollo sostenible de las actividades productivas generadoras de productos y servicios, teniendo como base el papel estratégico que juegan los recursos naturales. Sin embargo, a simple vista no se puede apreciar un cambio o una mejora en temas medioambientales; asimismo las corporaciones y empresas informales o ilegales siguen provocando la mayor contaminación sin asumir ninguna consecuencia y provocando que la población tenga que asumir cada vez mayores costos por servicios como el agua por el encarecimiento de su potabilización.

6) Legal:

En el año 2017, para finales del mes de octubre se aprobó una ley que prohíbe el lavado de vehículos en la vía pública, retiros municipales, y/o áreas públicas, así como estacionamientos diversos en la municipalidad provincial del Callao, con la finalidad de restablecer el orden y la informalidad de los servicios de lavado de vehículos. (Peruano, 2017)

1.2.1. Situación actual de la oferta.

- Productos similares.

Dentro de la zona 6 tenemos cinco principales competidores con nuestro proyecto entre directos y sustitutos. Son las siguientes:

- ✓ BIOWASH EXPRESS
- ✓ AUTO WASH
- ✓ MR. GREEN
- ✓ CARDELUXE
- ✓ MARCECAR'S

A continuación, se detalla más información de nuestra competencia directa 2 empresas que realizan asistencia de limpieza de vehículos con insumos biodegradables



UBICACIÓN:	Av. José María Plaza 277, Jesús María. Av. Faucett 299 – San Miguel. Av. Calle Omega 243 – Callao.
INFORMACION:	Cuenta una cadena de lavados ecológico, utilizan productos con garantía, siendo muy reconocidos en el rubro
DIFERENCIACIÓN:	Emplean productos ecológicos y no utilizan agua para los lavados de los autos, también brindan servicio delivery buscando siempre la comodidad de los clientes y el cuidado del medio ambiente.
SERVICIOS:	Realizan lavado y encerado ecológico sin emplear agua solo con paños especiales de microfibra. Los servicios que brinda son; lavados básicos, lavador estándar y servicio de lavado de salón.
PAGINA:	Pagina web no está en uso, su publicidad es por las redes sociales.

Figura N° 4: Descripción de BLOWASH EXPRESS
Fuente: Realización por los integrantes del proyecto



UBICACIÓN: Av. Prolongación Iquitos 1738, Lince, altura del mercado Emilio.

INFORMACION: Autowash Perú realiza limpieza a domicilio tanto para muebles, colchones, alfombras, vehículos. Teniendo más de 10 años de experiencia, cuidando así tus bienes más preciados con productos de calidad y alta tecnología.

DIFERENCIACIÓN: Utilizan maquinas modernas, insumos originales y cuentan con la más alta gama, así también el servicio de desinfección y sistema de secado instantáneo.

SERVICIOS: Los servicios que brindan lavado de autos con cera SONAX, lavado de salón, desinfección de aire acondicionado, servicio delivery y otros servicios de lavados.

PAGINA: <https://www.autowashperu.com/#contact>

Figura N° 5: Descripción de AUTOWASH

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Los competidores sustitutos ofrecen lavado común complementado con revisiones técnicas o lineamientos.



UBICACIÓN:	Calle San Lucas 171, Pueblo Libre, entre la Av. La Marina con Calle San Lucas.
INFORMACION:	Mr. Green Car Shop & Detailing brinda el mejor Detailing Personalizado para su vehículo, con productos de excelente calidad.
DIFERENCIACIÓN:	Están orientados a una satisfacción plena para el cliente, logrando un brillo extremo y un acabado espectacular empleando Tratamiento Cerámico FEYNLAB y productos biodegradables
SERVICIOS:	Los servicios que ofrece Mr. Green Car Shop & Detailing, lavado y encerado profesional (servicio de limpieza con insumos biodegradables), lavado ecológico Premium para autos y camionetas, desinfección de autos, así como tratamiento de pinturas y cerámicos.
PAGINA:	https://detailingmrqgreen.com/

Figura N° 6: Descripción de MR GREEN

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto



UBICACIÓN: Jirón Cuzco 535, Magdalena del Mar, Altura de Jr. Cusco con Jr. Tacna.

INFORMACION: Centro profesional SONAX, realiza limpieza integral a todo tipo de vehículos.

DIFERENCIACIÓN: Marcecar's usa SONAX Líder en la limpieza y cuidado de vehículos. Busca la perfección en cada detalle cuando se trata de autos.

SERVICIOS: Deja tu auto como nuevo en MARCECAR'S. Tratamiento de pintura, lavado interior, exterior, de tapicería, chasis, tratamiento de pintura, sellador cerámico CC36, entre otros.

PAGINA:
<https://www.facebook.com/Marcecar.detailing>

Figura N° 7: Descripción de MARCECAR'S
Fuente: Realización por los integrantes del proyecto



UBICACIÓN:	Calle Carlos Gonzales 219 – Urb. Maranga San –Miguel, Alt. Metro de la Av. Marina
INFORMACION:	Distribuye la marca SONAX, que brinda servicios de lavado de autos y tratamientos especializados.
DIFERENCIACIÓN:	Cardeluxe le propone un nuevo concepto de lavado de auto. Representando la vanguardia del sector ofreciendo instalaciones de primer nivel, busca que los clientes se sientan cómodos mientras esperan su atención.
SERVICIOS:	Ofrece la limpieza de vehiculos mediante packs (pack BASICO, pack COMPLETO, pack PREMIUN, pack DELUXE), también servicios especiales (alineamiento de luces, pintado general, lavado de salón, lavado de salón PREMIUN, etc.).
PAGINA:	http://cardeluxe.pe/

Figura N° 8: Descripción de CARDELUXE

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Asimismo, el mercado tiene una gran cantidad de empresas informales que evaden impuestos y no contribuyen al cuidado del medioambiente; su propuesta es enfocada en prestar servicios a precios bajos sin un plan innovador.

Es necesario indicar la propuesta diferencial y muy resaltante de los cinco competidores anteriormente mencionados:

- ✓ Poseen experiencia en el giro de negocio con conocimientos en mecánica
- ✓ Desarrollan su publicidad en redes y en páginas automovilistas destacadas.
- ✓ Utilizan maquinas modernas e insumos biodegradables.
- ✓ Realizan tratamiento de pintura y chasis.

De la misma forma se identificaron que no han desarrollado las siguientes características potenciales.

- ✓ No han implementado a idea de desarrollar una aplicación para el delivery o reserva del servicio.
- ✓ No dan énfasis a los productos eco-amigables que se utilizan para el cuidado del auto

- **Diferenciación**

BIOCAR WASH es una empresa cuyo Core business es el servicio de lavado de vehículos mediante el uso de insumos ecológicos que no dañan el vehículo y tampoco son nocivos para el medio ambiente. Nos diferenciamos de los demás servicios tradicionales de lavado de autos debido a que la propuesta es netamente ecológica priorizando el no uso de agua y/o reduciendo al máximo el uso de agua en nuestros servicios y el uso de productos ecológicos bajo un servicio eco amigable que BIOCAR WASH oferta para sus clientes de la zona 6 de Lima Metropolitana.

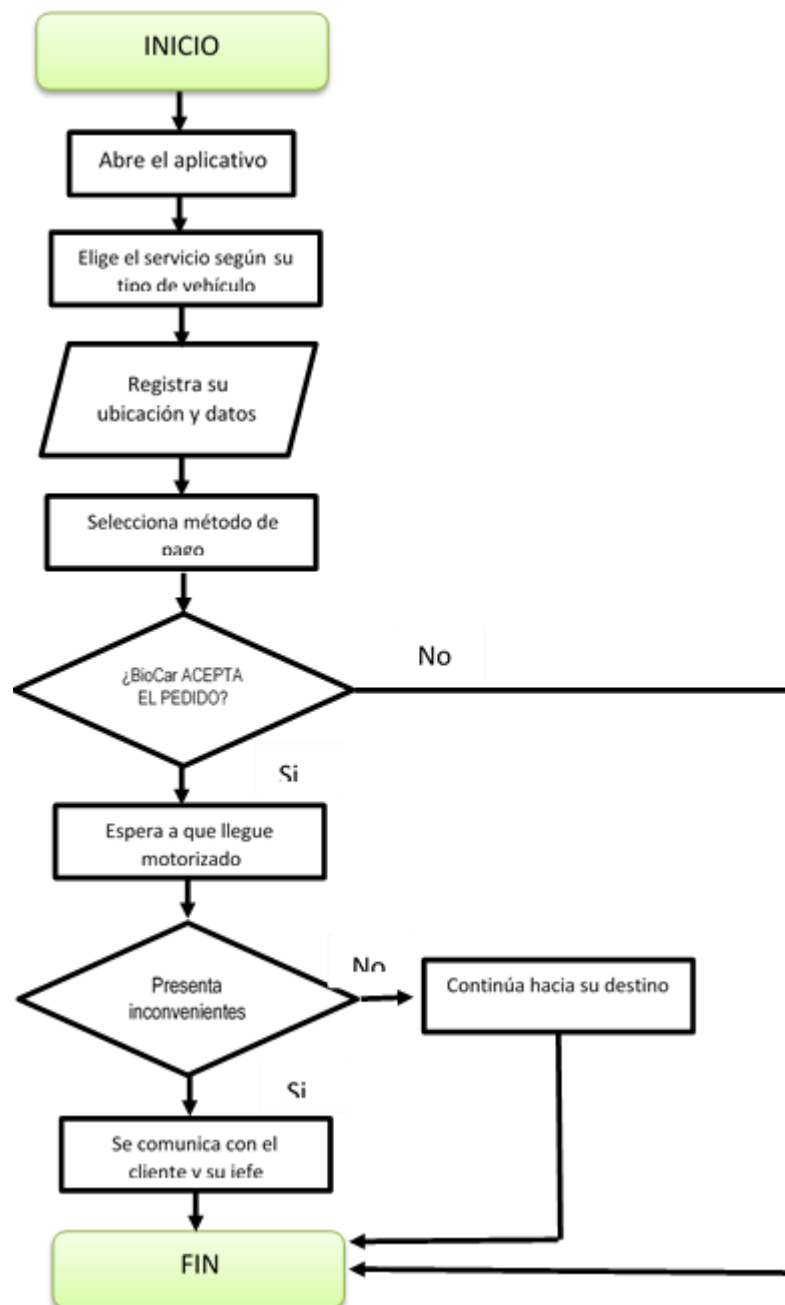
Pero su principal característica que nos hace únicos en el mercado es el servicio de DELIVERY mediante una aplicación móvil que nuestros usuarios obtendrán de manera gratuita desde sus Smartphone. BIOCAR WASH implementa el servicio de Delivery mediante el uso de una app gratuita el cual se descarga tanto en las plataformas de Android e IOS, el costo de la creación de esta app es de S/17, 000, la empresa encargada de crear y de implementar esta app será la empresa IBM, al cual se le pagará en cuatro letras mensuales (tres letras de 5mil soles y una de 2 mil soles) por la creación e implantación de esta app con las siguientes funcionalidades:

COSTO: s/17,000 - IBM BIOCAR WASH APP FUNCIONALIDADES
Plataformas ANDROID e IOS
Interfaz de la aplicación
Módulo de reservas
Tipo de servicio
Tiempo estimado del servicio
Tipo de pago del servicio
GPS
Alarma de termino de servicio
Chat virtual
Mapa interactivo del servicio DELIVERY
Calificación del servicio

El BIOCAR WASH APP se descarga desde las plataformas de Apple store y Play store tendrá la función de dirigir nuestro servicio al cliente que posea Smartphone solicitando el servicio desde la comodidad de su hogar. Dentro de la interfaz del aplicativo móvil se encuentra un módulo de reservas, con la fecha, la hora, y el tipo de servicio disponible en tiempo real. Esta interfaz interactiva presenta un croquis de las operaciones de lavado del vehículo en sus tres servicios dando al cliente la información necesaria desde la solicitud del servicio, él envió del personal calificado

para el servicio, el proceso del servicio, el tiempo estimado del servicio y del medio de pago más conveniente para nuestros usuarios.

El servicio de GPS, mantiene a los clientes informados del tiempo estimado de llegada del colaborador adicionalmente se implanta una alarma que emite un sonido y vibración continua cuando el servicio se dé por finalizado.



- **Precio al cliente**

El valor del servicio ofrecido se fijará tomando como referencia a la competencia, el importe que los clientes consideran accesible pagar, según la información de las encuestas, el precio de los insumos y mano de obra.

Es relevante indicar, que nuestro servicio ofrece alto valor, porque ofrecemos un sistema eco-amigable sin utilizar agua, por esa razón se incursionará a las actividades comerciales con técnicas de posicionamiento para poder afiliar y aumentar consumidores que identifiquen nuestra prestación. Nuestro precio no será mayor a la competencia, sino será el precio promedio de la competencia de nuestro segmento elegido. La estrategia que se empleará será una fijación de precios fundada en la competencia, a través del sistema de **Paridad Competitiva** para ello se analizaron los precios de los 2 competidores directos de BIOCAR WASH y de 1 principal competidor sustituto a su servicio. A Continuación, mostramos su servicio y precios:



Tabla N° 2: Listado de servicios y precios Biowash Express

SERVICIO	VEHICULO	PRECIO
Servicio de Lavado Básico: <ul style="list-style-type: none"> Lavado y encerado ecológico (Sin Agua) con paños especiales de microfibra. Limpieza de llantas + aplicación de renovador de neumáticos. Limpieza de aros o tapas 	Auto tipo sedan	S/ 25.00
	SUV's (4x4 y pick up)	S/ 35.00
	Minivan	S/ 40.00
Servicio de Lavado Completo: <ul style="list-style-type: none"> Lavado y encerado ecológico (Sin Agua) con paños especiales de microfibra. Limpieza de llantas + aplicación de renovador de neumáticos. Limpieza de aros o tapas. Limpieza de interiores (Aspirado de asientos, tapiz, alfombras, maletera, etc.) Limpieza de tablero y partes sintéticas Aplicación de silicona a las partes plásticas y jebes. Aromatizado 	Auto tipo sedan	S/ 45.00
	SUV's (4x4 y pick up)	S/ 50.00
	Miniván	S/ 55.00
Servicio de Lavado de Salón: <ul style="list-style-type: none"> Lavado y encerado ecológico con paños de microfibra. Limpieza y aplicado de renovador de neumáticos Limpieza de aros Aspirado de asientos, alfombras, maletera, etc. Aplicación de silicona a las partes plásticas y jebes. Aromatizado Lavado de asientos, alfombras, tapiz a vapor, para eliminar bacterias. Limpieza de bisagras, jebes de puertas y ventanas 	Auto tipo sedan	S/ 180.00
	SUV's (4x4 y pick up)	S/ 240.00
	Miniván	S/ 280.00

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto



Tabla N° 3: Listado de servicios y precios MR Green

SERVICIO	VEHICULO	PRECIO
Lavado Ecológico Básico Premium: <ul style="list-style-type: none"> • Limpieza exterior al detalle: pintura, lunas, plásticos y neumáticos. • Limpieza interior al detalle: aspirado interior, retiro de desechos, aplicación de crema a plásticos y tapicería. • Aplicación de silicona a neumáticos. • Pisos de papel reciclado Mr. Green. • Perfumado de cabina 	Auto	S/ 25.00
	Camioneta	S/ 35.00
Lavado y Encerado Profesional: <ul style="list-style-type: none"> • Limpieza exterior al detalle: pintura, lunas, plásticos y neumáticos. • Descontaminación • Aplicación de Cera HD, en pintura, lunas y plásticos del vehículo. • Limpieza interior al detalle: Aspirado interior, retiro de desperdicios, aplicación de hidratante a plásticos y tapicería de cuero. • Aplicación de silicona a neumáticos. • Pisos de papel reciclado Mr. Green. • Perfumado de cabina 	Auto	S/ 60.00
	Camioneta	S/ 80.00

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto



Tabla N° 4: Listado de servicios y precios Autowash

SERVICIO	VEHICULO	PRECIO
Autowash Básico: <ul style="list-style-type: none"> • Lavado exterior con shampoo • Secado con ante • Silicona en plásticos • Aspirado interior y maletera • Aplicación de silicona a tablero y neumáticos • Limpieza de lunas y pisos • Aromatizado 	Auto	S/ 15.00
	Camionetas	S/ 25.00
	Minivan	S/ 25.00
	Van	S/ 30.00
Autowash Ejecutivo: <ul style="list-style-type: none"> • Lavado exterior con shampoo • Secado con ante • Silicona en plásticos • Aspirado interior y maletera • Aplicación de silicona a tablero y neumáticos • Limpieza de lunas y pisos • Aromatizado • Aplicación de cera a color 	Auto	S/ 30.00
	Camionetas	S/ 45.00
	Minivan	S/ 45.00
	Van	S/ 50.00
Autowash VIP: <ul style="list-style-type: none"> • Lavado exterior con shampoo • Secado con ante • Silicona en plásticos • Aspirado interior y maletera • Aplicación de silicona a tablero y neumáticos • Limpieza de lunas y pisos • Aromatizado • Aplicación de cera a color • Lavado de motor con desengrasante • Secado con presión de aire 	Auto	S/ 40.00
	Camionetas	S/ 55.00
	Minivan	S/ 55.00
	Van	S/ 65.00

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Así en el siguiente cuadro mostramos los costos de un servicio tradicional de lavado de vehículos estándar vs los costos que se asumirían por el mismo vehículo con el lavado eco amigable con los insumos que sustituyen al agua.

Costos del Servicio Básico			
Servicio Tradicional	COSTOS	Servicio con BIOCAR WASH	COSTOS
<u>Servicio Básico</u>		<u>Servicio Básico</u>	
Lavado Exterior con agua y shampoo	S/3.50	lavado sin agua concentrado	S/4.57
Secado	S/2.10	Shining car encera	S/1.32
Aplicación de silicona	S/1.32	Shining car todo propósito	S/0.60
		abrillantador llantas	S/0.86
		limpia parabrisas	S/0.77
		eliminador de olores	S/0.79
		pañó de microfibra	S/0.80
		aplicador de neumáticos	S/0.34
Total	S/6.92		S/10.04

Como podemos apreciar en el cuadro anterior el servicio tradicional de lavado de autos que se ha estado ofertando al mercado es tanto barato como básico, tenido como insumo principal al agua, el shampoo y la aplicación de silicona para el brillo. Mientras que el servicio Eco amigable, un servicio ecológico que racionaliza de manera adecuada la utilización de agua y disminuyendo su aplicación debido a que contamos con insumos ecológicos y de mayor beneficio para la limpieza del vehículo. BIOCAR WASH en comparación con el servicio básico de un lavado tradicional emplea mayores insumos siendo presentados dentro de un servicio Eco amigable brindando un servicio atractivo, de calidad y beneficiando a los clientes como al medio ambiente.

BIOCAR WASH, presenta 3 servicios (básico interior, básico exterior y Premium) divididos bajo el tipo de vehículo objeto del servicio, (auto, camionetas y otros vehículos ligeros), en total 9 servicios desglosados, adicionalmente cada servicio presenta insumos ecológicos:

- ✓ Paños de micro fibra (reduce la utilización del agua)
- ✓ Aspiradora en seco / húmedo
- ✓ Silicona para aros
- ✓ Abrillantador de carrocería
- ✓ Restaurador de neumáticos

- ✓ Champú para alfombra y tapices
- ✓ Aromatizante

Estos insumos serán adquiridos de los proveedores Eco Touch y Ecostetic como principales proveedores de insumos para las operaciones del servicio, a continuación, presentamos la lista de servicios junto con el precio ofertado al mercado nacional.

Precios de Venta de BIOCAR WASH dirigido al público.

Servicios	Tipo de vehículo	Precio de Venta
<u>Servicio básico-lavado exterior:</u>		
Lavado y encerado de carrocería (ecológico - sin agua) Limpieza de aros. Limpieza de neumáticos. Limpieza de lunas. Aplicado de protector a zonas plásticas.	Auto	S/25.00
	Camioneta	S/35.00
	Otros Vehiculos ligeros	S/35.00
<u>Servicio básico - Lavado Interior</u>		
Aspirado interior (alfombra, asientos, maletera). Aplicado de protector a tablero y puertas Aplicado de ambientador. Aplicación de silicona en partes dañadas, plásticas y jebes Limpieza de bisagras, ventanas, jebes de puertas	Auto	S/15.00
	Camioneta	S/25.00
	Otros Vehiculos ligeros	S/25.00
<u>Servicio premium - Lavado exterior e interior:</u>		
Lavado y encerado de carrocería (ecológico - sin agua) Limpieza de aros. Limpieza de neumáticos. Limpieza de lunas. Aplicado de protector a zonas plásticas. Aspirado interior (alfombra, asientos, maletera). Aplicado de protector a tablero y puertas Aplicado de ambientador. Aplicación de silicona en partes dañadas, plásticas y jebes Limpieza de bisagras, ventanas, jebes de puertas	Auto	S/45.00
	Camioneta	S/55.00
	Otros Vehiculos ligeros	S/55.00

- **Localización**



Figura N° 9: Mapa Lima Metropolitana
Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

BIOCAR WASH se situará en: Av. Javier Prado Oeste 586 - Magdalena

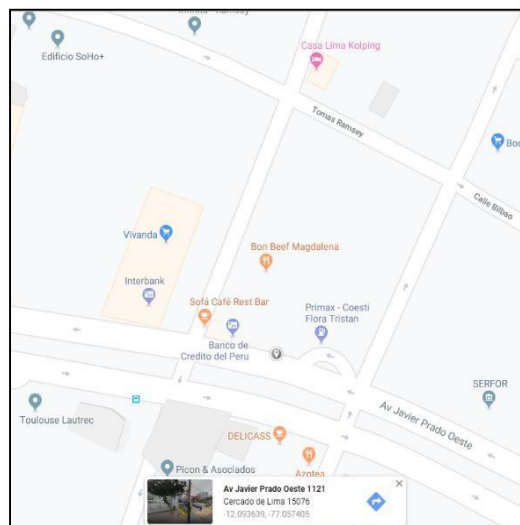


Figura N° 10: Croquis de ubicación local
Fuente: satelital

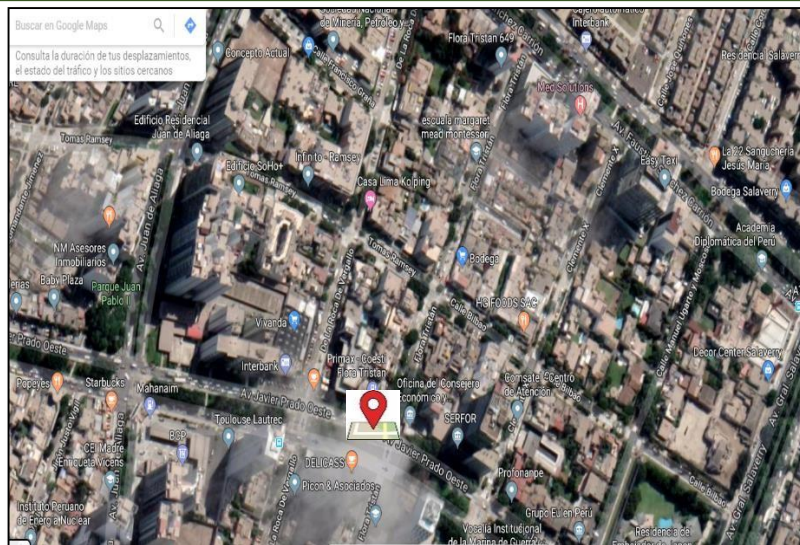


Figura N° 11: Foto satélite de ubicación local

Fuente: satelital

Evaluación de Factores de Micro localización

Tabla N° 5: Factores influyentes de entorno

Cuadro N°							
Factor	Peso	Av. La Marina		Av. Brasil		Av. Javier Prado Oeste	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Precio de alquiler	0.25	2	0.50	1	0.25	2	0.5
Tamaño del Local	0.25	1	0.25	1	0.25	2	0.5
Proximidad a clientes	0.35	1	0.35	2	0.7	2	0.7
Recursos Basicos	0.15	1	0.15	1	0.15	1	0.15
TOTAL	1.00		1.25		1.35		1.85

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Valores tomados en cuenta:

0= malo 1=regular 2= bueno

La ubicación del plan de negocio se decide bajo el método de comparación entre sitios que poseen los mismos factores influyentes. Este instrumento de calificación habitualmente se usa para determinar cual es la ubicación ideal, viabilidad del alquiler y la accesibilidad a clientes.

Las variables por considerar en el proceso son cuatro, siendo plasmadas en la matriz, así poder plantear una plaza viable para situar nuestra actividad comercial.

Señalamos tres avenidas principales siendo accesibles a nuestra zona 6 al cual estamos dirigiéndonos, en el caso de la Marina su precio de alquiler del local es óptimo.

En tanto la Av. Brasil, es una avenida con alta circulación de automóviles sin embargo el alto el costo del local. Y por último la Javier Prado tiene cercanía a los clientes, local con capacidad.

- **Distribución:**

Para establecernos como primera opción en los clientes y brindar un servicio innovador en el mercado, nuestro canal de distribución será de manera directa en un local con áreas debidamente implementadas para el desarrollo operativo, asimismo el aplicativo BIOCAR App estará disponible para ser descargado gratuitamente desde App Store y Google Play así solicitar el servicio delivery donde toda persona mayor de edad que posea un móvil Smartphone pueda ingresar sus datos de registro y dirección.

Debido a que el servicio será enfocado también a domicilio la cobertura se concentrará en el perímetro urbano de la zona 5 de Lima Metropolitana. La calidad e innovación será la principal carta para lograr la fidelización de nuestros clientes. Los lugares donde los consumidores requerirán del servicio serán: domicilio supermercados, empresas, clubes, gimnasio, universidad, hoteles etc.

- **Compradores y consumidores:**

El perfil de cliente, son personas que poseen vehículo propio, que buscan ahorrar tiempo, recibir un buen servicio, y un valor agregado para decidir su compra.

Perfil del cliente: Según APEIM, indica que el estrato con el que cuenta Lima Metropolitana con proporción a la movilidad para transportarse se centra en el Nivel Socioeconómico “A” (86.7%) y NSE “B” (37.1%).¹

Tabla N° 6: Perfil de Hogares



PERFIL DE HOGARES SEGÚN NSE 2018 - LIMA METROPOLITANA

	Total	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Servicio doméstico	7.3%	71.7%	13.3%	1.9%	2.6%	4%	2%	0.0%
Auto	15.8%	86.7%	37.1%	6.7%	8.4%	3.2%	1.3%	.6%
Computadora	52.7%	97.3%	86.4%	58.1%	67.1%	39.5%	15.5%	4.8%
Lavadora	55.9%	94.8%	89.9%	63.0%	70.1%	48.2%	18.2%	3.1%
Refrigeradora	83.8%	98.8%	97.5%	92.1%	94.5%	87.1%	66.1%	37.1%
Horno microondas	41.6%	95.0%	74.2%	42.0%	47.7%	30.3%	9.5%	3.9%
Radio	40.1%	46.2%	40.3%	38.8%	38.8%	38.9%	39.9%	43.1%
TV a color	96.2%	100.0%	98.8%	97.5%	97.9%	96.7%	94.1%	84.9%
TV Blanco negro	2.0%	1.9%	1.7%	1.5%	1.2%	2.2%	2.7%	3.5%
Equipo de sonido	49.3%	68.2%	66.1%	50.7%	53.7%	44.6%	34.7%	24.6%
DVD	57.1%	65.1%	65.4%	57.2%	58.6%	54.3%	51.9%	41.1%
Video grabadora	1.3%	7.2%	2.7%	0.6%	.7%	.3%	.6%	0.0%
Plancha	78.8%	95.9%	93.9%	85.2%	87.3%	81.0%	60.8%	41.9%
Licuada	84.4%	98.8%	96.2%	88.9%	90.9%	84.7%	71.7%	54.0%
Cocina a gas	95.5%	95.1%	97.4%	97.3%	97.6%	96.5%	94.2%	83.8%
Maquina de coser	11.0%	16.9%	17.3%	10.6%	11.8%	8.1%	7.3%	2.7%
Bicicleta	19.0%	34.2%	27.8%	18.4%	19.5%	16.1%	11.7%	9.8%
Motocicleta	1.8%	1.3%	2.1%	2.1%	2.6%	1.1%	1.6%	.1%
Mototaxi	2.8%	0.0%	1.0%	3.1%	2.4%	4.6%	3.8%	5.8%

Fuente: (Apeim, 2018)

Con relación a los ingresos y gastos mensuales promedio en Lima Metropolitana, respectivo al rubro Transporte y Comunicaciones el cual se ubica en el grupo 6, los niveles socioeconómicos “A” y “B” ocupan un egreso

¹ http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf

equivalente entre S/. 1,358 y 689 respectivamente, siendo el gasto promedio de ambos NSE A y B un total de S/. 1,024.

Tabla N° 7: Ingresos y Gastos según NSE 2018



INGRESOS Y GASTOS SEGÚN NSE 2018 - LIMA METROPOLITANA

PROMEDIOS	TOTAL	NSE A	NSE B	NSE C	NSE C1	NSE C2	NSE D	NSE E
Grupo 1 : Alimentos – gasto promedio	S/. 1,239	S/. 1,529	S/. 1,448	S/. 1,268	S/. 1,300	S/. 1,200	S/. 1,046	S/. 807
Grupo 2 : Vestido y Calzado – gasto promedio	S/. 182	S/. 377	S/. 258	S/. 163	S/. 171	S/. 147	S/. 123	S/. 102
Grupo 3 : Alquiler de vivienda, Combustible, Electricidad y Conservación de la Vivienda – gasto promedio	S/. 472	S/. 1,177	S/. 688	S/. 416	S/. 439	S/. 367	S/. 297	S/. 203
Grupo 4 : Muebles, Enseres y Mantenimiento de la vivienda – gasto promedio	S/. 185	S/. 885	S/. 265	S/. 132	S/. 142	S/. 112	S/. 93	S/. 75
Grupo 5 : Cuidado, Conservación de la Salud y Servicios Médicos – gasto promedio	S/. 249	S/. 671	S/. 357	S/. 220	S/. 230	S/. 198	S/. 150	S/. 103
Grupo 6 : Transportes y Comunicaciones – gasto promedio	S/. 388	S/. 1,358	S/. 689	S/. 299	S/. 340	S/. 214	S/. 143	S/. 81
Grupo 7 : Esparcimiento, Diversión, Servicios Culturales y de Enseñanza – gasto promedio	S/. 483	S/. 1,427	S/. 814	S/. 403	S/. 444	S/. 319	S/. 212	S/. 137
Grupo 8 : Otros bienes y servicios – gasto promedio	S/. 215	S/. 484	S/. 287	S/. 200	S/. 213	S/. 174	S/. 143	S/. 121
PROMEDIO GENERAL DE GASTO FAMILIAR MENSUAL	S/. 3,412	S/. 7,908	S/. 4,807	S/. 3,100	S/. 3,278	S/. 2,732	S/. 2,208	S/. 1,627
PROMEDIO GENERAL DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL*	S/. 4,744	S/. 13,105	S/. 7,104	S/. 4,059	S/. 4,310	S/. 3,540	S/. 2,760	S/. 1,987

Fuente: (Apeim, 2017)

Para determinar las cualidades potenciales de vida que tiene nuestro mercado objetivo, se analiza los grupos de estilos según Arellano Marketing, se puede observar que existen 6 grupos, entre ellos están los sofisticados, progresistas, modernos, formales, conservadoras y austeros. El estilo de vida definido para nuestro mercado son los sofisticados, quienes son masculino y femenino principalmente de NSE “A”, “B” y “C”, con cultura superior, renovadores, fomentan un modo de compra en el que valoran la calidad, procedencia y precio.



Figura N°12: Descripción de estilos de vida
Fuente: Multiclientes

- **Proveedores**

- ✓ **ECO TOUCH**

Esta empresa posee una extensa línea de productos enfocados en la limpieza de vehículos sin utilizar agua, 100% ecológicos, de simple uso para toda ocasión.

Su serie de productos marca ECO TOUCH, cuenta con estándares de calidad europeas, ofreciendo calidad de uso; dejando de lado los componentes tóxicos a comparación con otros insumos de lavado para vehículos.

- ✓ **DRYWASH SYS**

Empresa que aporta en innovar el proceso común de lavado vehicular a nivel nacional, aprovechando su amplia gama de insumos ecológicos sin emplear agua. Línea completa para lavar, abrillantar, proteger y desodorizar autos.

✓ **ECOESTETIC**

Empresa que utiliza productos ecológicos 100% biodegradable para “Lavar autos sin agua” con abrillantado y protección UV y partes eléctricas a precios competitivos.

✓ **SHINING CAR**

Brinda una diversidad de insumos y servicios para vehiculos asociados al cuidado del medio ambiente señalado como Lavado Ecológico.

✓ **EINHELL**


Empresa española fabricante de herramientas eléctricas, estacionarias, mesas de corte, bombas de agua y toda una gama enorme de herramientas. Einhell distribulle sus productos a través de centros comerciales en Perú.

Tabla N° 8: Insumos y precio de ECO TOUCH

	
PRODUCTOS	PRECIO
LAVADO SIN AGUA SUPER CONCENTRADO 16 onz.	199.00
LIMPIA CRISTALES Y ESPEJO 610 ml.	98.00
CERA RAPIDA EN SPRAY	90.00
LIMPIADOR MULTIUSOS	99.00
LIMPIA LLANTAS Y CROMADOS	98.00
ABRILLANTADOR DE NEUMATICOS	98.00
LIMPIEZA DE TAPICERIA Y ALFONBRILLAS 16 onz.	99.00
ELIMINADOR DE OLORES	88.00
TOALLAS MICRO FIBRA	30.00


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N° 9: Insumos y precio de DRYWASH

 <small>Limpieza sin agua</small>	
PRODUCTOS	PRECIO
LAVA, ABRILLANTA Y PROTEGE LA CARROCERIA. # DWS AUTO 650 ml.	29.90
PROTEGE Y RENUEVA SUPERFICIES DE CUERO, VINIL Y CAUCHO.# DWS CARE 650 ml.	25.90
LIMPIA Y DESENGRASA SUPERFICES DE CUERO, VINIL Y CAUCHO.#DWS MULTIDETER	19.90
ELIMINADOR DE OLORES 650 ml	25.90
PAÑO DE MICROFIBRA.C/U	25.00


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N° 10: Insumos y precio de SHINING CAR

 <small>Waterless Car cleaner</small>	
PRODUCTOS	PRECIO
SHINING CAR INTERIORES 500 ML	14.00
SHINING CAR LAVA & ENCERA 1 LT	35.00
SHINING CAR LLANTAS 500 ML	17.00
SHINING CAR PAÑOS	20.00
SHINING CAR TODO PROPÓSITO 500 ML	12.00


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N° 11: Insumos y precio de ECO ESTETIC

	
PRODUCTOS	PRECIO
ECOBRIILLA AUTO CONCENTRADO GALON 3.8 LT.	649.99
ABRILLANTADOR LLANTAS GALON 3.8 LT.	49.99
LIMPIA PARABRISAS GALON 3.8 LT.	24.99
SILICONA TABLERO GALON 3.8 LT.	69.99
DESENGRASANTE BIODEGRADABLE DIELECTRICO GALON 3.8 LT.	104.99

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N° 12: Insumos y precio de EINHELL

	
PRODUCTOS	PRECIO
ASPIRADORA PARA AUTO EINHELL TE-VC 18LI 18V	159.90

Fuente: Elaboración propia

1.2.2 Situación actual de la demanda.

- Información histórica

Según la Asociación Internacional de Car wash en Chicago, el primer auto lavado oficial se estableció en Detroit, Michigan, en 1914. A partir de la idea de dos empresarios comenzaron un lavado de autos manual.

Sin embargo, por el tiempo, trabajo y demanda, la situación del Carwash creció como un nicho de negocio en Estados unidos. En Estos autos lavados la limpieza del coche se realizaba con cubeta, jabón y cepillo en la mano. La necesidad de crear establecimientos de auto lavados nace por

la falta de tiempo, el ritmo agitado de vida actual y la gran población automotriz.



Por otro lado, actualmente en Perú hay empresas de Carwash que están brindando una nueva forma de lavar los autos de una forma responsable y eco amigable no usando agua y empleando productos biodegradables sin dañar la pintura de los autos.

Este servicio nuevo Beneficia al medio ambiente ya que en promedio se necesitan para lavar un vehículo entre 150 y 250 litros de agua, evita que se emitan al medio ambiente toneladas de CO2 al año.

- Factores determinantes

Estacionalidad

Se podría decir que en este factor la estación que tendría un incremento de demanda sería en verano ya que es el periodo de vacaciones y en que las familias salen constantemente a pasear o de viaje.

Capacidad adquisitiva

En este factor la demanda dependerá del poder adquisitivo de las personas y se reflejará el incremento o disminución según el margen su consumo teniendo vehículo.

Crecimiento de la población vehicular

Según este indicador dependerá la demanda de los servicios pues, a alto número de plaza, incrementaría las posibilidades de que las personas adquieran un automóvil y requieran el servicio que ofrecemos.

Preferencia de los consumidores

Esto dependerá del buen servicio que ofrece las empresas de lavado de autos, ya que el cliente tendrá la opción de preferir quien le ha originado una atención de calidad.

- Tipo de demanda

Demanda insatisfecha

Es la demanda donde buscaremos abarcar a los clientes cuyos servicios no fueron satisfechos por diversas razones como problemas de precio, servicio, tiempo, disponibilidad de espacio, calidad del producto y otros, es decir el mercado insatisfecho.

1.3. Análisis de mercado

1.3.1. Investigación de mercado

Con respecto a la actualidad de las conductoras femeninas, no es una estimación realizada por nosotras al contrario es un estudio realizado por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones – MTC, para el año 2019, que indica que existen más de 27 mil mujeres con autorización legal para la conducción de un vehículo. Así mismo la entidad precisa que el 2.06% de personas autorizadas para manejar vehículos pesados son mujeres. Haciendo una precisión en la estadística emitida por el MTC tenemos lo siguiente:

“Según cifras proporcionadas por el MTC, las conductoras de taxis, coasters, buses interprovinciales, camiones y tráileres solo representan el 2.06% de 1’321,713 de personas que tienen licencia para manejar estas unidades, cada vez son más las mujeres que se animan a realizar esta labor” (Comunicaciones, 2019)

Presentamos una prueba de veracidad para la estimación presentada en la pagina 94 de nuestro documento:<https://diariocorreo.pe/peru/las-mujeres-al-volante-27-mil-ya-manejan-buses-872398/>

» Crece presencia femenina
Poco a poco, las mujeres pierden el miedo a competir con los hombres en un sector laboral muy difícil

	 Mujer	 Hombre
Categorías	Cifra registrada	Cifra registrada
A II a	11,656	241,677
A II b	14,651	587,791
A III a	276	33,792
A III b	205	64,057
A III c	991	371,375
A IV	49	23,021
Total general	27,828	1'321,713

Fuente: Diario el Correo, extraído del MTC

Sobre el cálculo de la Demanda:

Se utilizó el método estimación cuantitativa de segmentación de mercado con la finalidad de determinar el mercado objetivo al cual será dirigido nuestro servicio

Cálculo de la demanda:

El ámbito geográfico en el presente plan de negocio son los distritos de San Miguel, Magdalena, Lince, Pueblo Libre, Jesús María.

Mercado Total:

Nuestro mercado total está conformado por todas aquellas personas que habitan en los distritos de la zona 6 que es de 412,200.00 habitantes y del cual partiremos para el desarrollo de la presente investigación de mercado del plan de negocio.

Mercado Potencial:

Para hallar el mercado potencial tomaremos en cuenta las variables que conforman nuestro segmento al cual va dirigido nuestro servicio; el rango de edades que es de 18 a 55 años de edad que representa el 56.70%, así como el nivel socio económico al cual pertenecen que es el A y B y comprende el 74.2%.

Mercado Disponible:

Para el cálculo del mercado disponible se obtendrá multiplicando el total de consumidores que conforman nuestro mercado potencial que comprende 173, 418 consumidores del servicio que ofrecemos por el 88.00% que realiza el lavado de su vehículo en un centro de lavado y el promedio de variables.

Mercado Efectivo:

En lo concerniente al mercado efectivo éste se obtiene del total de personas que comprenden el mercado disponible que son 22,942 consumidores por el 65% de personas que aceptarían un nuevo sistema de lavado de autos eco-amigable con máxima calidad, sin consumo de agua y servicio delivery con un total de 14,912 personas

Mercado Objetivo:

El mercado objetivo se halla del producto de los 14,912 consumidores que conforman el mercado efectivo por el valor máximo cubrir por el mercado que es 4.7% ya que solo podemos realizar al mes 705 atenciones.

Segmentación de Mercado

Tabla N° 13: Segmentación de mercado

HABITANTES	
MERCADO TOTAL ZONA 6	412,200.00
Todos habitantes del Zona 6	

CONSUMIDORES	
MERCADO POTENCIAL	173,418
NSE A Zona 6	14.90%
NSE B Zona 6	59.30%
Rango de Edad 18-55 años	56.70%

CONSUMIDORES	
MERCADO DISPONIBLE	22,942
Personas sofisticadas	10.00%
Hogares con vehículo en Lima	15.80%
Población con celular con internet	19.30%
Promedio % de variables	15.03%
¿Realiza el lavado de su vehículo en un centro de lavado?	88.00%

CONSUMIDORES	
MERCADO EFECTIVO	14,912.36

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Estimación de la Demanda

El método a utilizar es la estimación sobre la Expectativas de Usuarios, el cual mide la intención de los consumidores finales en relación al consumo esperado sobre el bien o servicio ofertado.

Seleccionaremos una muestra representativa del total de Mercado efectivo con la finalidad de medir las oportunidades o la aceptación de parte de los clientes hacia nuestra propuesta de negocio, obteniendo de manera fiel y confiable información directa por parte del consumidor final. Para lograr esto aplicaremos la formula estadística de obtención de la Muestra para una población conocida, la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

N=Población

Z= Distribución probabilística (Distribución normal estándar)

p= Probabilidad de acierto

q= Probabilidad de no acierto

e= Error estándar

nivel de confianza al 95%

n= Muestra

N=	14,912
Z=	1.96
p=	0.5
q=	0.5
e=	0.05

$$n = \frac{14321.4848}{38.2379} = 375$$

Por lo tanto, el total de la muestra a considerar para nuestra investigación de mercado es de 375 personas.

ENCUESTA

1. ¿Cuántas veces al mes lava su vehículo?

- a) vez
- b) 2 veces
- c) 3 veces
- d) 4 veces

2. ¿Dónde realiza el lavado de su vehículo?

- a) En su casa
- b) En un centro de lavado
- c) Ambos

3. ¿Qué es lo que toma en cuenta para llevar a lavar su vehículo?

- a) Precio
- b) Tiempo
- c) Calidad del servicio
- d) Uso de insumos ecológicos

4. ¿Qué tipo de vehículo tiene usted?

- a) Auto
- b) Camioneta
- c) Otro vehículo ligero

5. Generalmente qué tipo de servicio de lavado utiliza usted.

- a) Exterior
- b) Interior
- c) Ambos

6. ¿Cuánto tiempo espera para hacer atendido para el lavado de su vehículo?

- a) 15 a 30 min
- b) 30 a 60 min
- c) Más de 1 hora

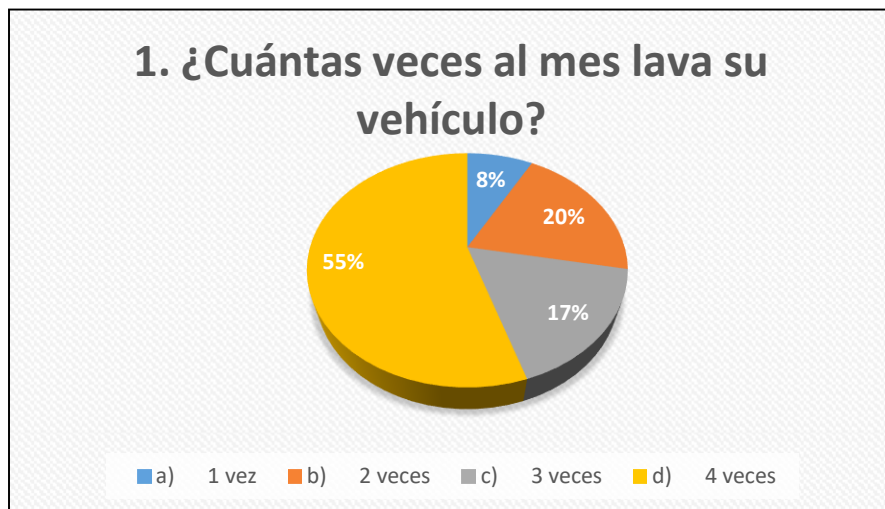
-
- 7. ¿Cuánto gasta normalmente en este tipo de servicio?**
- a) S/15 a S/20
 - b) S/21 a S/25
 - c) S/26 a S/30
 - d) Más de S/30
- 8. ¿Sabe si existe un servicio de lavado eco-amigable?**
- a) Si
 - b) No
- 9. Si encuentra un nuevo sistema de lavado de autos eco-amigable con máxima calidad, sin consumo de agua y que cuente con servicio delivery ¿Lo solicitaría?**
- a) Si
 - b) No
- 10. ¿Cómo le gustaría realizar la reserva del servicio?**
- a) App
 - b) Vía Telefónica
 - c) Vía E-mail

DATO:

Encuesta realizada a la muestra representativa de 375 persona entre 18 y 55 años de edad que viven en la zona 6 de Lima Metropolitana en los distritos de Lince, San Miguel, Pueblo Libre, Magdalena, y Jesús María en el año 2019 con un nivel de confianza del 95% y un error estándar de 5%.

Tabulación de la investigación:

Gráfico N° 1: Pregunta N°1

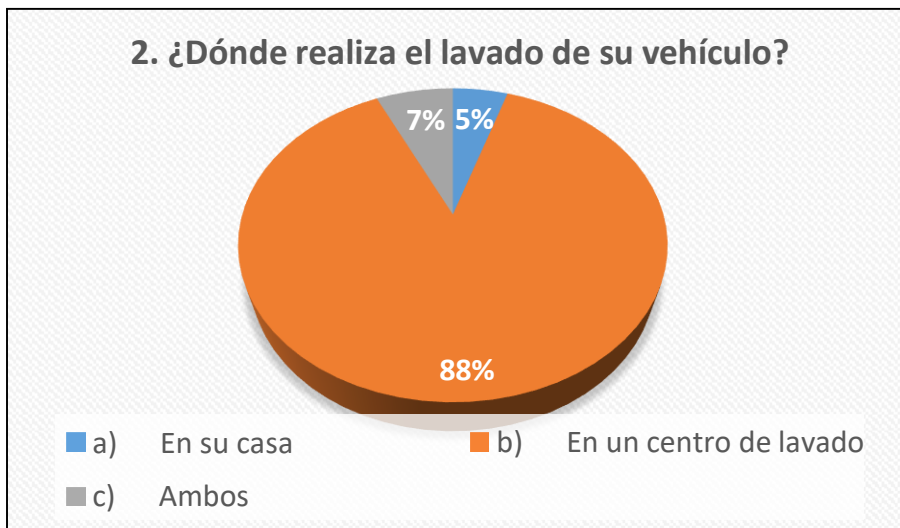


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

Se observa que más de 50% de los encuestados lava su auto 4 veces al mes, es decir podemos indicar que más de 50% lava su auto semanalmente, también se muestra que el 20% de los encuestados lava su auto quincenalmente, el 17% lava su auto 3 veces al mes, y el 8% lava su auto mensualmente.

Gráfico N° 2: Pregunta N°2

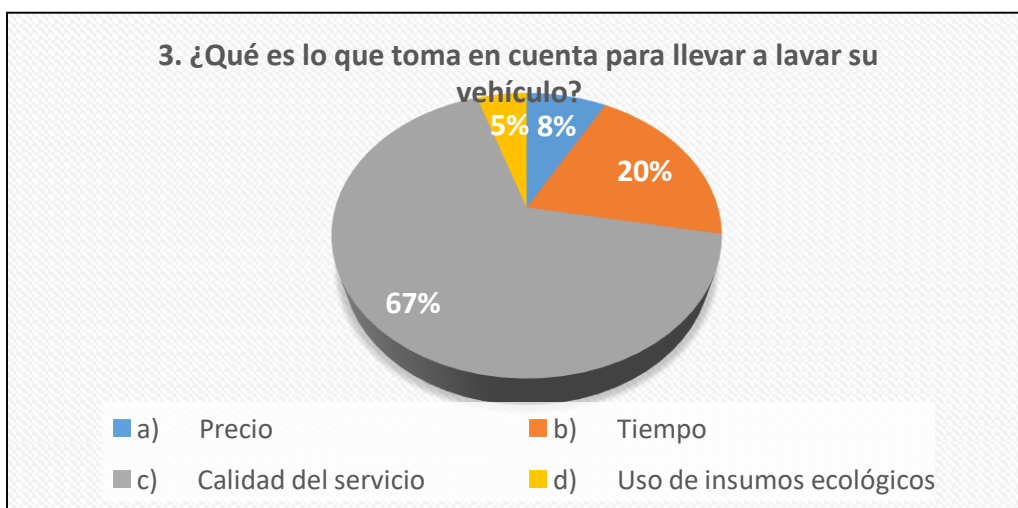


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

En la siguiente pregunta, se muestra que el 88% de los encuestados lleva su auto a una empresa de lavado, el 7% realiza la limpieza en su casa, y el 5% lo lava en su casa y en un centro de lavado

Gráfico N° 3: Pregunta N°3

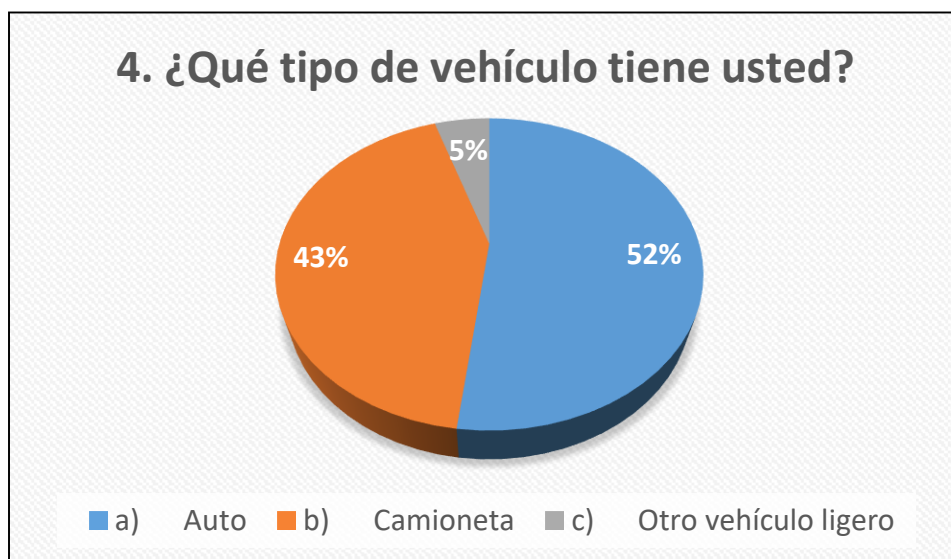


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

Se concluye que el 67% de los encuestados valora la calidad del servicio cuando lava su auto en un centro de lavado, el 20% toma el tiempo de atención para realizar el lavado de su auto, el 8% toma en cuenta el precio y el 5% el uso de insumos ecológicos.

Gráfico N° 4: Pregunta N°4

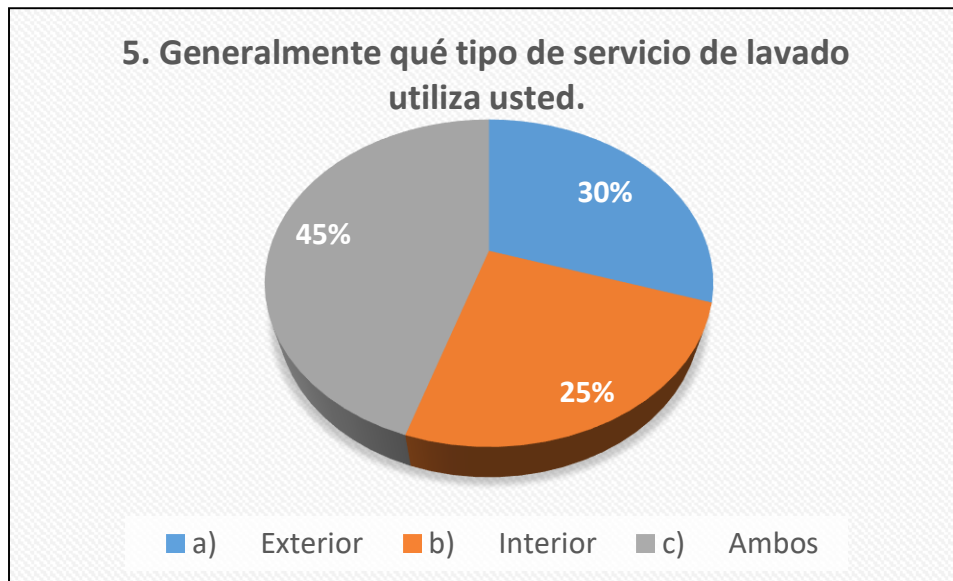


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

Podemos ver que el 52% de los encuestados cuentan auto, el 43% tiene camioneta y 5% tiene otro tipo de vehículo ligero.

Gráfico N° 5: Pregunta N°5

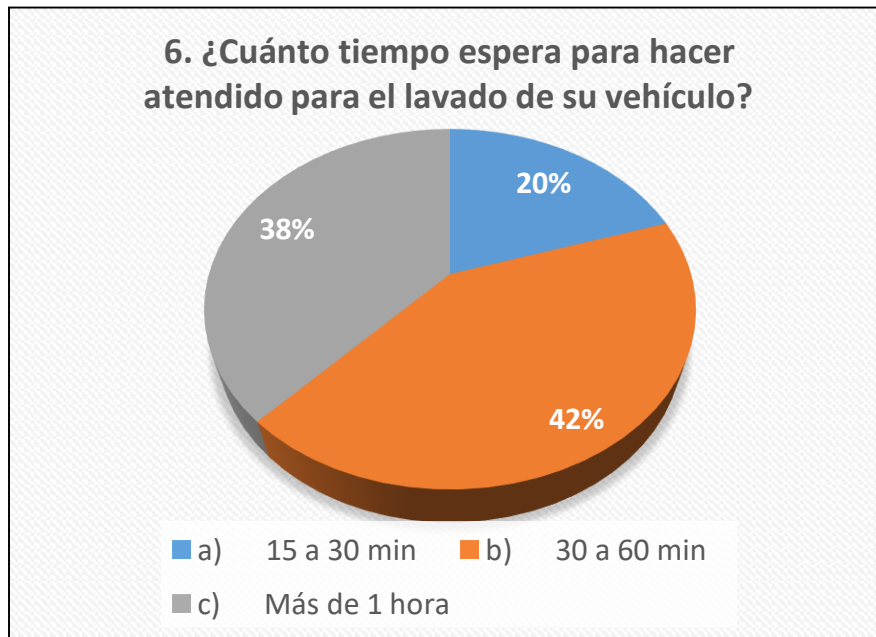


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

En la siguiente pregunta llegamos a la conclusión que el 30% de los encuestados realiza el tipo de lavado exterior, el 25% realiza un lavado interior, y el 45% realiza ambos tipos de lavados.

Gráfico N° 6: Pregunta N°6

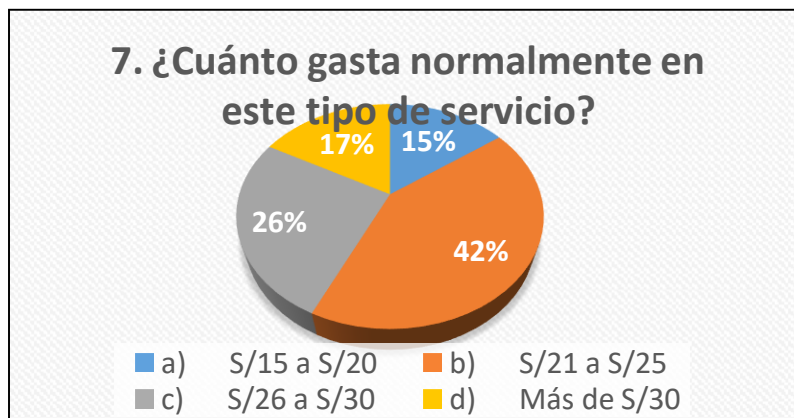


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

El 42% de los encuestados esperan de 30 a 60 minutos para hacer atendidos para el lavado de su vehículo, el 38% espera más de 1 hora, y el 20% espera entre 15 a 30 minutos.

Gráfico N° 7: Pregunta N°7

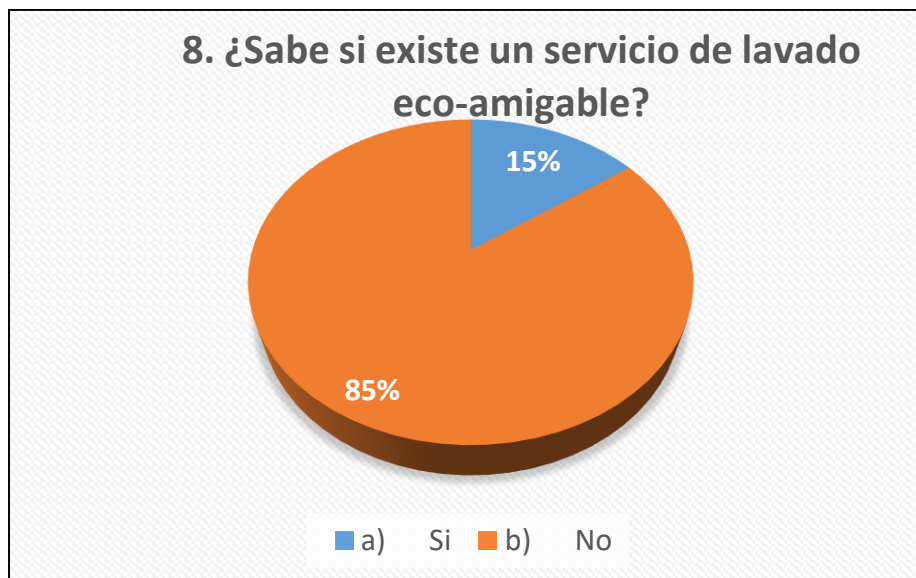


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

Concluimos que el 15% de encuestados gasta de S/15 a S/20 soles por el servicio de lavado, el 42% entre S/21 a S/25 soles, el 26% entre S/26 a S/30 soles, y el 17% más de S/30 soles.

Gráfico N° 8: Pregunta N°8

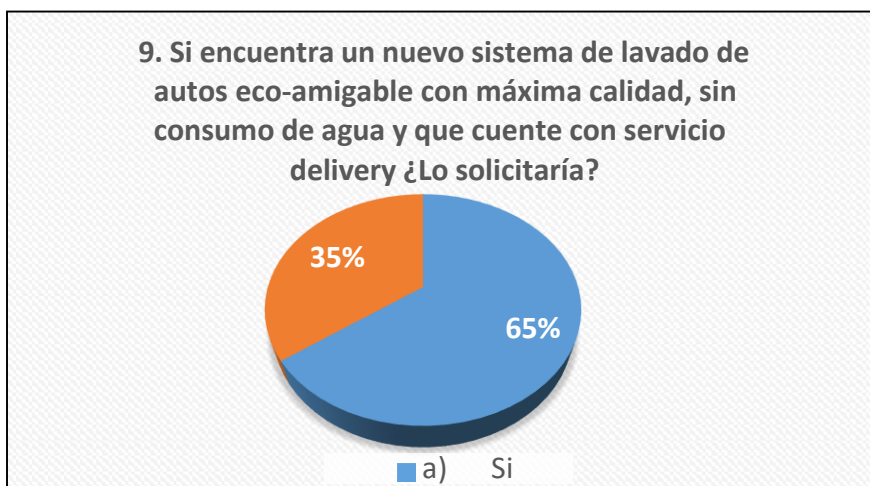


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

Podemos observar que el 15% de los encuestados si sabe que existe un lavado ecológico eco-amigable. El 85% no sabe de este nuevo servicio.

Gráfico N° 9: Pregunta N°9

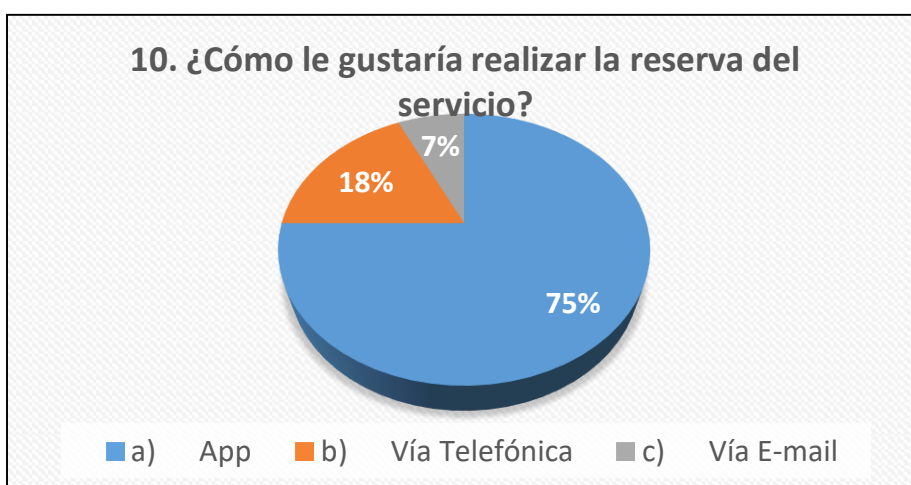


Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

Se concluye que el 65% de los encuestados aceptan utilizar el servicio eco-amigable que ofertamos al mercado.

Gráfico N° 10: Pregunta N°10



Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Resultado:

La siguiente pregunta indica tanto el 75% de los encuestados prefiere reservar su servicio de lavado vía app, el 18% vía telefónica, y el 7% vía e-mail.

Realizada la investigación de mercado, obtenemos nuestra demanda estimada según lo corroborado por el consumidor final utilizando esta técnica de estimación, y la encontramos en la pregunta 9 de nuestra encuesta.

Por lo que obtenemos lo siguiente:

CONSUMIDORES	
MERCADO EFECTIVO	14,912
Investigación mercado a un 95% de confiabilidad	
Aceptación, Si encuentra un nuevo sistema de lavado de autos eco-amigable con máxima calidad, sin consumo de agua y que cuente con servicio delivery ¿Lo solicitaría?	65%

Por lo tanto, nuestra demanda será de:

CONSUMIDORES	
MERCADO OBJETIVO	705 personas

Las pruebas de veracidad, es decir las encuestas realizadas, se encuentran en los anexos de nuestro documento.

Proyección de la Demanda para los primeros 5 años en personas

La Proyección de nuestra demanda se calculó en base a la estacionalidad de nuestro servicio, con un aumento de la demanda en los meses de febrero (+45%), julio (+84%) y diciembre (+84%).

Tabla N° 14: Proyección demanda mensual

Ítems	Total de Demanda mensual en personas												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
Total Servicios Auto x 3 servicios	303	570	303	303	303	303	570	303	303	303	303	570	4,283
Total Servicios Camioneta x 3 servicios	367	634	367	367	367	367	634	367	367	367	367	634	5,096
Total Servicios Otros vehículos ligeros	35	95	35	35	35	35	95	35	35	35	35	95	588
Total Servicios	705	1,299	705	705	705	705	1,299	705	705	705	705	1,299	9,967

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

La Proyección anual presenta un aumento para cada año de un 5% con respecto al año anterior.

Tabla N° 15: Proyección demanda anual

Ítems	Total de Demanda anual en personas				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Servicios Auto	4,283	4,480	4,686	4,901	5,127
Total Servicios Camioneta	5,096	5,331	5,576	5,832	6,101
Total Servicios Otros vehículos ligeros	588	615	643	673	704
Total Servicios	9,967	10,425	10,905	11,407	11,931

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

1.3.2. Planificación del mercado

- Tamaño del mercado (cálculo de demanda potencial, real e insatisfecha en número de compradores y tasa de compra).
- Pronóstico de ventas (en unidades y valores) y participación de mercado.
- Perfil del cliente/consumidor (características sociodemográfica, sociocultural, comportamental expresadas en datos cuantitativos y cualitativos).

2. CAPÍTULO DOS – PLAN DE MERCADOTECNIA

2.1. Objetivos de mercadotecnia

Dentro de la finalidad del marketing se planteará instaurar estrategias de corto, mediano y largo plazo con la finalidad de establecer nuestro negocio de manera sostenible y dirigir los recursos, así obtener resultados favorables en los estados financieros.

Corto plazo

- ✓ Fidelizar a nuestros clientes a través del App delivery desde el primer año
- ✓ Uso constante de las redes sociales para difundir el servicio eco-amigable que contribuye a conservar el medio ambiente con calidad y confianza de nuestros productos biodegradables adquiridos.
- ✓ Recuperar lo invertido en los primeros seis del primer año.

Mediano plazo

- ✓ Tener un nivel de satisfacción del 80% de los usuarios a fines del segundo año en funcionamiento.

- ✓ Formular un plan estratégico para que a mediados del 2020 se logré definir el modelo de negocio para así abrir una sucursal en provincia con alto nivel de población.
- ✓ Expandir nuestro servicio delivery a otras zonas de Lima Metropolitana

Largo Plazo

- ✓ Contar con un nivel de satisfacción del 90% por parte de los clientes

2.2. Estrategia de posicionamiento

Nuestro servicio se posicionará como primera opción, en cada propietario o conductor de vehículo; que vivan en la zona 6 de Lima Metropolitana como imagen de seguridad, confianza, orden, eficiencia y calidad en el servicio de lavado eco-amigable brindado a través de nuestro local y aplicación móvil.

La asistencia del servicio de lavado se realizará mediante un procedimiento en seco, diferenciado por el polimerizado, brillado, sellado y protección de superficies sin utilizar agua.

Para lograr este objetivo, reforzaremos los siguientes puntos:

- ✓ Crear un App atractivo, práctico e impactante para BIOCAR WASH
- ✓ Mailing a empresas y referidos para iniciar nuestras actividades de funcionamiento.
- ✓ Incluirnos estratégicamente en portales virtuales como Google Maps y Waze. Así mismo, en los medios sociales como Instagram, Facebook, YouTube, Twitter.
- ✓ El slogan de BIOCAR “*Al cuidado de tu Bioauto*” de esta manera transmitimos los beneficios que brindamos al cliente.
 - Minimizamos Tiempo
 - Ahorro de agua
 - Confianza
 - Servicio de calidad

2.3. Mezcla de mercadotecnia

MARKETING MIX ORIENTADO A LAS 7P:

a) Personas:

El personal a cargo de las operaciones y de la administración de BIOCAR WASH está compuesta por profesionales del ámbito administrativo y operarios del rubor del servicio de lavado de autos. Dentro del marco administrativo y de gestión de BIO CARWASH tenemos al Gerente General y al asistente administrativo, los cuales tendrán la tarea de administrar, gestionar y verificar el cumplimiento de las normas laborales como también controlar y ejecutar las estrategias de venta pertinentes al servicio de BIO CARWASH. En el marco operativo tenemos al Jefe de Marketing, al jefe de producción y 3 operarios, los cuales se encargarán de ejecutar e implementar los planes de marketing y ventas, ejecutar el servicio pre y post venta y la de utilizar de manera eficaz los recursos otorgados por la empresa para el proceso de los 3 servicios vinculados a nuestro Core business.

Se optará por un proceso de selección minucioso a cargo de profesionales del ámbito social y psicológico, quienes se encargarán de reclutar a los perfiles para los puestos mencionados anteriormente.

b) Producto o Servicio:

El servicio de BIOCAR WASH constará en un lavado ecológico de vehículos, agregando un factor diferenciador a domicilio que brindaremos a todos aquellos clientes que requieran un servicio de calidad, confiable y comprometido con el medio ambiente. Nuestro nombre BIOCAR WASH, está enfocado con el giro del negocio, es un nombre diferenciable y posible de recordar; tiene un significado muy relacionado a lo que queremos transmitir, ser una empresa de servicio de lavado ecológico que ayude a conservar el medio ambiente y también al cuidado del vehículo de cada cliente, con productos sin insumos tóxicos para la preservación de los mismos.

Para potenciar este aspecto se aplicarán las siguientes estrategias:

Se hará énfasis en todos los insumos que utilice la empresa sobre las características innovadoras con las que cuenta el servicio.

Todos nuestros insumos y máquinas contarán con el logo de la empresa, esto para que logren ser reconocidos por los clientes y crear una fidelización de marca.

Como resultado de la aceptación del mercado posteriormente ofrecer una línea de productos que complementen el cuidado del automóvil.

El área de operaciones BIOCAR WASH, contará con un ambiente acogedor en la zona de espera, donde el cliente podrá observar su servicio de lavado solicitado, espacio en el que también encontrará un televisor, revistas y diarios actualizados.

La asistencia vehicular de Pre y Postventa que BIOCAR WASH ofrecerá a los propietarios o usuarios serán los siguientes:

Servicios de Pre –Venta: El usuario atraído en solicitar algún servicio de lavado, puede reservar su turno tanto para el local como domicilio utilizando nuestra app.

Servicios de Post-Venta: Registraremos en nuestra base a las personas que solicitaron los servicios de lavado y le preguntaremos sobre su satisfacción y sugerencias. Asimismo, ofrecerles nuevos descuentos y promociones.

Beneficios del lavado eco amigable de BIOCARWASH:

Entre los beneficios que BIOCAR WASH otorga a sus usuarios mediante este formato de lavado eco amigable para el cuidado del medio ambiente, hemos señalado que el ahorro de agua entre 200 a 300 litros, así como también la eliminación de los residuos altamente contaminantes, que incluyen sustancias como los ferodos de los frenos, que otros servicios tradicionales no pueden respaldar.

Las ventajas de lavar un vehículo de esta forma han permitido aligerar sus procedimientos y volverlos más cómodos porque no hay que desplazarse ni esperar, y también se elimina el principal agente corrosivo del automóvil, que oxida el metal.

Además, se consigue una renovación de la pintura y una protección del coche que hace que la durabilidad de la limpieza sea hasta cuatro veces mayor que en el lavado tradicional.

Respecto al tiempo que se tarda en la prestación del servicio, varía de una persona a otra porque es manual y también depende del tamaño y de la suciedad del vehículo, aunque supone una media de 15 a 20 minutos.

c) Precio

Determinamos el precio de acuerdo a lo fijado en el mercado, basándonos en los precios de mercado que presentan empresas del mismo rubro con un servicio similar al nuestro, adicionalmente tomamos en cuenta lo respondido por nuestro segmento de mercado en el estudio de mercado (encuestas) de tal manera llegamos a la determinación de estos precios:

Precio de venta unitario para el servicio

Determinación del Precio de venta:

BIOCAR WASH, como ya ha sido mencionado anteriormente comprara insumos ecológicos de sus 4 proveedores: ECO TOUCH, SHINNING CAR, ECO STETIC y DRYWASH. Siendo nuestros principales proveedores para nuestros insumos los cuales utilizaremos para brindar nuestros servicios de lavado vehicular con un servicio eco amigable:

Tabla N° 16: Insumos para el servicio

INSUMOS PARA EL SERVICIO		Proveedor	Costo	Serv. Ext	Serv. Int	Premium
3 lt	lavado sin agua concentrado	ECO TOUCH	S/. 160.00	x		x
500 ml	shining car interiores	SHINNING CAR	S/. 14.00		x	x
1 lt	shining car Lava	SHINNING CAR	S/. 30.00			x
1.5 lt	shining car encera	SHINNING CAR	S/. 33.00	x		x
500 ml	shining car todo propósito	SHINNING CAR	S/. 12.00	x		x
3.8 lt	abrillantador llantas	ECO ESTETIC	S/. 30.00	x		x
3.8 lt	limpia parabrisas	ECO ESTETIC	S/. 23.00	x	x	x
650 ml	eliminador de olores	DRYWASH	S/. 22.00	x	x	x
650 ml	limpia y desengrasa cuero	DRYWASH	S/. 19.00		x	x
650 ml	limpieza de tapicería y alfombrillas	ECO TOUCH	S/. 55.00		x	x
1 unid	pañó de microfibra	DRYWASH	S/. 20.00	x	x	x
1 unid	aplicador de neumáticos	ECO TOUCH	S/. 12.00	x		x
	Ambientador	DRYWASH	S/. 6.00		x	x
Total			S/. 436.00			

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

El total de insumos comprados para la ejecución de nuestros tres servicios son de S/436.00, cabe recalcar que este no es el costo real por cada servicio según el tipo de vehículo atendido, el cálculo para hallar esta premisa la presentamos a continuación:

Costos unitarios por el servicio de lavado exterior según tipo de vehículo:

Tabla N° 17: Costo unitario lavado exterior por vehiculo

SERVICIO EXTERIOR		PRECIO	AUTOS	COSTO UNITARIO	CAMIONETAS	COSTO UNITARIO	LIGEROS	COSTO UNITARIO
3 lt	lavado sin agua concentrado	S/. 160.00	35	S/ 4.57	32	S/ 5.00	30	S/ 5.33
1.5 lt	Shining car encera	S/. 33.00	25	S/ 1.32	23	S/ 1.43	21	S/ 1.57
500 ml	Shining car todo propósito	S/. 12.00	20	S/ 0.60	18	S/ 0.67	16	S/ 0.75
3.8 lt	abrillantador llantas	S/. 30.00	35	S/ 0.86	34	S/ 0.88	34	S/ 0.88
3.8 lt	limpia parabrisas	S/. 23.00	30	S/ 0.77	28	S/ 0.82	28	S/ 0.82
650 ml	eliminador de olores	S/. 22.00	28	S/ 0.79	27	S/ 0.81	27	S/ 0.81
1 unid	pañó de microfibra	S/. 20.00	25	S/ 0.80	23	S/ 0.87	23	S/ 0.87
1 unid	aplicador de neumáticos	S/. 12.00	35	S/ 0.34	34	S/ 0.35	34	S/ 0.35
				S/ 10.04		S/ 10.84		S/ 11.40

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Costos unitarios por el servicio de lavado interior según tipo de vehículo:

Tabla N° 18: Costo unitario lavado interior por vehiculo

SERVICIO INTERIOR		PRECIO	AUTOS	COSTO UNITARIO	CAMIONETAS	COSTO UNITARIO	LIGEROS	COSTO UNITARIO
500 ml	Shining car interiores	S/. 14.00	15	S/ 0.93	12	S/ 1.17	10	S/ 1.40
3.8 lt	limpia parabrisas	S/. 23.00	30	S/ 0.77	28	S/ 0.82	28	S/ 0.82
650 ml	eliminador de olores	S/. 22.00	28	S/ 0.79	27	S/ 0.81	27	S/ 0.81
650 ml	limpia y desengrasa cuero	S/. 19.00	20	S/ 0.95	18	S/ 1.06	17	S/ 1.12
650 ml	limpieza de tapicería y alfombrillas	S/. 55.00	28	S/ 1.96	26	S/ 2.12	26	S/ 2.12
1 unid	pañó de microfibra	S/. 20.00	25	S/ 0.80	23	S/ 0.87	23	S/ 0.87
	Ambientador	S/. 6.00	35	S/ 0.17	35	S/ 0.17	35	S/ 0.17
				S/ 6.37		S/ 7.01		S/ 7.31

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Costos unitarios por el servicio de lavado premium según tipo de vehículo:

Tabla N° 19: Costo unitario lavado premium por vehiculo

SERVICIO PREMIUM		PRECIO	AUTOS	COSTO UNITARIO	CAMIONETAS	COSTO UNITARIO	LIGEROS	COSTO UNITARIO
1 lt	lavado sin agua concentrado	S/. 160.00	35	S/ 4.57	32	S/ 5.00	30	S/ 5.33
500 ml	Shining car interiores	S/. 14.00	15	S/ 0.93	12	S/ 1.17	10	S/ 1.40
1.5 lt	Shining car Lava	S/. 30.00	30	S/ 1.00	28	S/ 1.07	28	S/ 1.07
1 lt	Shining car encera	S/. 33.00	25	S/ 1.32	23	S/ 1.43	21	S/ 1.57
500 ml	Shining car todo propósito	S/. 12.00	20	S/ 0.60	18	S/ 0.67	16	S/ 0.75
3.8 lt	abrillantador llantas	S/. 30.00	35	S/ 0.86	34	S/ 0.88	34	S/ 0.88
3.8 lt	limpia parabrisas	S/. 23.00	30	S/ 0.77	28	S/ 0.82	28	S/ 0.82
650 ml	eliminador de olores	S/. 22.00	28	S/ 0.79	27	S/ 0.81	27	S/ 0.81
650 ml	limpia y desengrasa cuero	S/. 19.00	20	S/ 0.95	18	S/ 1.06	17	S/ 1.12
650 ml	limpieza de tapicería y alfombrillas	S/. 55.00	28	S/ 1.96	26	S/ 2.12	26	S/ 2.12
1 unid	pañó de microfibra	S/. 20.00	25	S/ 0.80	23	S/ 0.87	23	S/ 0.87
1 unid	aplicador de neumáticos	S/. 12.00	35	S/ 0.34	34	S/ 0.35	34	S/ 0.35
	Ambientador	S/. 6.00	35	S/ 0.17	35	S/ 0.17	35	S/ 0.17
				S/ 15.06		S/ 16.42		S/ 17.27

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Como podemos apreciar en los tres cuadros anteriores, se clasificó cada insumo por el tipo de servicio al que pertenece dividido por el tipo de vehículo al que le corresponde atender tendremos el costo total unitario por cada insumo clasificado por tipo de servicio. Por lo tanto, presentamos el cuadro resumen de los costos unitarios por cada servicio ofertado por nuestra empresa:

Tabla N° 20: Costo unitario de insumos para el servicio

SERVICIOS DESGLOSADOS	COSTO UNITARIO
Lavado Exterior Auto	S/ 10.04
Lavado Exterior Camioneta	S/ 10.84
Lavado Exterior Ligeros	S/ 11.40
Lavado Interior Auto	S/ 6.37
Lavado Interior Camioneta	S/ 7.01
Lavado Interior Ligeros	S/ 7.31
Lavado Completo Auto	S/ 15.06
Lavado Completo Camioneta	S/ 16.42
Lavado Completo Ligeros	S/ 17.27

Fuente: **Realización por los integrantes del proyecto**

Tabla N° 21: Costo anual de insumos para el servicio

SERVICIOS DESGLOSADOS	COSTO DE VENTA ANUAL				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Lavado Exterior Auto	S/ 13,120.63	S/ 14,064.54	S/ 15,076.35	S/ 16,160.96	S/ 16,561.75
Lavado Exterior Camioneta	S/ 16,640.72	S/ 17,053.40	S/ 17,476.33	S/ 17,909.74	S/ 18,353.90
Lavado Exterior Ligeros	S/ 2,072.91	S/ 2,124.32	S/ 2,177.00	S/ 2,230.99	S/ 2,286.32
Lavado Interior Auto	S/ 7,164.35	S/ 7,342.03	S/ 7,524.11	S/ 7,710.71	S/ 7,901.93
Lavado Interior Camioneta	S/ 9,223.12	S/ 9,451.85	S/ 9,686.26	S/ 9,926.48	S/ 10,172.65
Lavado Interior Ligeros	S/ 1,175.13	S/ 1,204.27	S/ 1,234.13	S/ 1,264.74	S/ 1,296.11
Lavado Completo Auto	S/ 27,896.56	S/ 28,588.40	S/ 29,297.39	S/ 30,023.96	S/ 30,768.56
Lavado Completo Camioneta	S/ 36,896.60	S/ 37,811.64	S/ 38,749.37	S/ 39,710.35	S/ 40,695.17
Lavado Completo Ligeros	S/ 4,237.62	S/ 4,342.72	S/ 4,450.42	S/ 4,560.79	S/ 4,673.90
APP para servicio de DELIVERY	S/ 17,332.00	S/ 332.00	S/ 332.00	S/ 332.00	S/ 332.00
COSTO DE VENTA MENSUAL	S/ 135,759.64	S/ 122,315.16	S/ 126,003.36	S/ 129,830.72	S/ 133,042.29

Fuente: **Realización por los integrantes del proyecto**

Determinamos el precio de acuerdo a lo fijado en el mercado, basándonos en los precios de mercado que presentan empresas del mismo rubro con un servicio similar al nuestro, adicionalmente tomamos en cuenta lo respondido por nuestro segmento de mercado en el estudio de mercado (encuestas) de tal manera llegamos a la determinación de estos precios:

Tabla N° 22: Precio de venta unitario para el servicio

SERVICIOS DESGLOSADOS	PRECIO DE VENTA
Lavado Exterior Auto	S/ 25.00
Lavado Exterior Camioneta	S/ 35.00
Lavado Exterior Ligeros	S/ 35.00
Lavado Interior Auto	S/ 15.00
Lavado Interior Camioneta	S/ 25.00
Lavado Interior Ligeros	S/ 25.00
Lavado Completo Auto	S/ 45.00
Lavado Completo Camioneta	S/ 55.00
Lavado Completo Ligeros	S/ 55.00

Fuente: **Realización por los integrantes del proyecto**

d) Promoción:

Informar al público objetivo de que BIOCAR WASH es una excelente alternativa de lavado para su vehículo, brindando un servicio eco amigable siendo este una contribución al medio ambiente.

BIOCAR WASH utiliza productos biodegradables, con bajo consumo de agua y colaboradores comprometidos con el cuidado de su vehículo.

Relaciones públicas:

Aplicación App: Se implementará esta aplicación con la finalidad de que nuestros clientes desde la comodidad de su casa, trabajo o algún lugar donde se encuentre, solicite nuestro servicio como delivery.

En la aplicación tendrán el acceso a realizar su reserva del servicio de lavado, como también hacer seguimiento a su servicio solicitado.

Redes sociales: Se creará tres redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, donde se dará a conocer la marca, el lugar, el ambiente, los servicios que ofrece BIOCAR WASH, y lo más importante “nuestro sistema de servicio con aplicación app”. Mediante las redes sociales se busca poder interactuar con los clientes y conocer sobre sus opiniones y preferencias del servicio adquirido. Banner publicitario: Se contará con un banner donde se detallará los servicios de lavado que cuenta la empresa. Eventos: Participación activa en eventos automotrices, mediante las diversas marcas (TOYOTATON/HYUNDAI) fomentando nuestro servicio como una alternativa de lavado y cuidado vehicular.

e) Plaza:

Respecto a los canales de distribución BIOCAR WASH utilizara el canal indirecto, dado que nuestros proveedores son distribuidores de la industria productora quien se encargará de fabricar nuestros insumos como los son ECO TOUCH, DRYWASH SYS, ECOESTETIC, SHINNING CAR, y EINHELL.

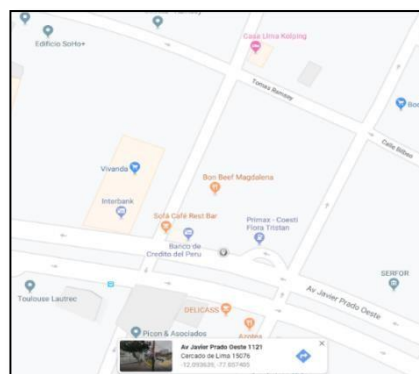
Nuestro tipo de distribución es selectiva con la finalidad de maximizar nuestros recursos y generando en el mediano plazo alianzas estratégicas, utilizamos la

distribución selectiva debido a que presentamos más de un intermediario y se planea aperturar una nueva sede en uno de los distritos de la zona 6 de Lima Metropolitana, en un plazo mayor a los 5 años de operaciones.

De esta manera BIOCAR WASH pretende llegar a sus usuarios finales brindando un servicio eco amigable evitando la contaminación ambiental y reduciendo el uso indiscriminado de agua en sus procesos.

BIOCAR WASH se situará en: Av. Javier Prado Oeste 586 – Magdalena:

Ubicación de BIOCAR WASH



Capacidad Instalada:

BIOCAR WASH, empezará sus operaciones en un espacio arrendado, se ubicará en el distrito de Magdalena, tendrá una medida de 150 m²; dividiéndose en dos zonas. La principal será la zona de lavados y la continua estará conformada por la zona de espera, recepción, oficina administrativa y almacén. El establecimiento estará diseñado y adaptado para que nuestros clientes puedan supervisar el servicio solicitado.

En el área de lavado tendrá la capacidad de atender 3 autos al mismo tiempo, donde se utilizarán todos nuestros insumos biodegradables. Por otro lado, la zona de espera contará con un espacio pensado en el propietario o usuario objetivo, contará con una máquina de productos, muebles, asimismo con un televisor, cobertura de internet libre para sus dispositivos. El diseño del establecimiento tiene recepción en donde se recibirá a los clientes que requieren de los servicios de BIOCAR WASH.

En la recepción se confirmará el servicio, reserva y el pago. Se tendrá una acogedora área administrativa en la que se organiza la empresa. Finalmente, para un control eficiente de los materiales habrá un área de almacén en donde se detallarán las herramientas necesarias para la limpieza de cada vehículo.

Gastos Operativos:

Gastos Administrativos	
Detalle	Valor
Gerente	2,000
Asistente administrativo	1,000
Servicio contable	300
Mantenimiento de App	80
Energía eléctrica	60
Agua potable	50
Teléfono e internet	240
Alquiler de local	500
Recarga de extintores	168
Suministros oficina	70
Materiales de limpieza	90
Mantenimiento de local	150
Otros gastos	40
TOTAL S/	4,748.00

Gastos Ventas	
Detalle	Valor
Jefe Marketing y ventas	1,500.00
Comisiones por ventas	0.0%
Redes sociales	240.00
Merchandising	450.00
Eventos MKT	1000.00
Recomendación de lavado	105.00
TOTAL S/	3,295.00

Suministros de oficina	
Detalle	Valor
Papelería	35.00
Útiles	35.00
TOTAL S/	70.00

Materiales de limpieza	
Detalle	Valor
Escoba	15.00
Trapeador	20.00
Recogedor	10.00
P.H.	15.00
Detergente	10.00
Jabón	5.00
Aromatizante	15.00
TOTAL S/	90.00

Layout del establecimiento

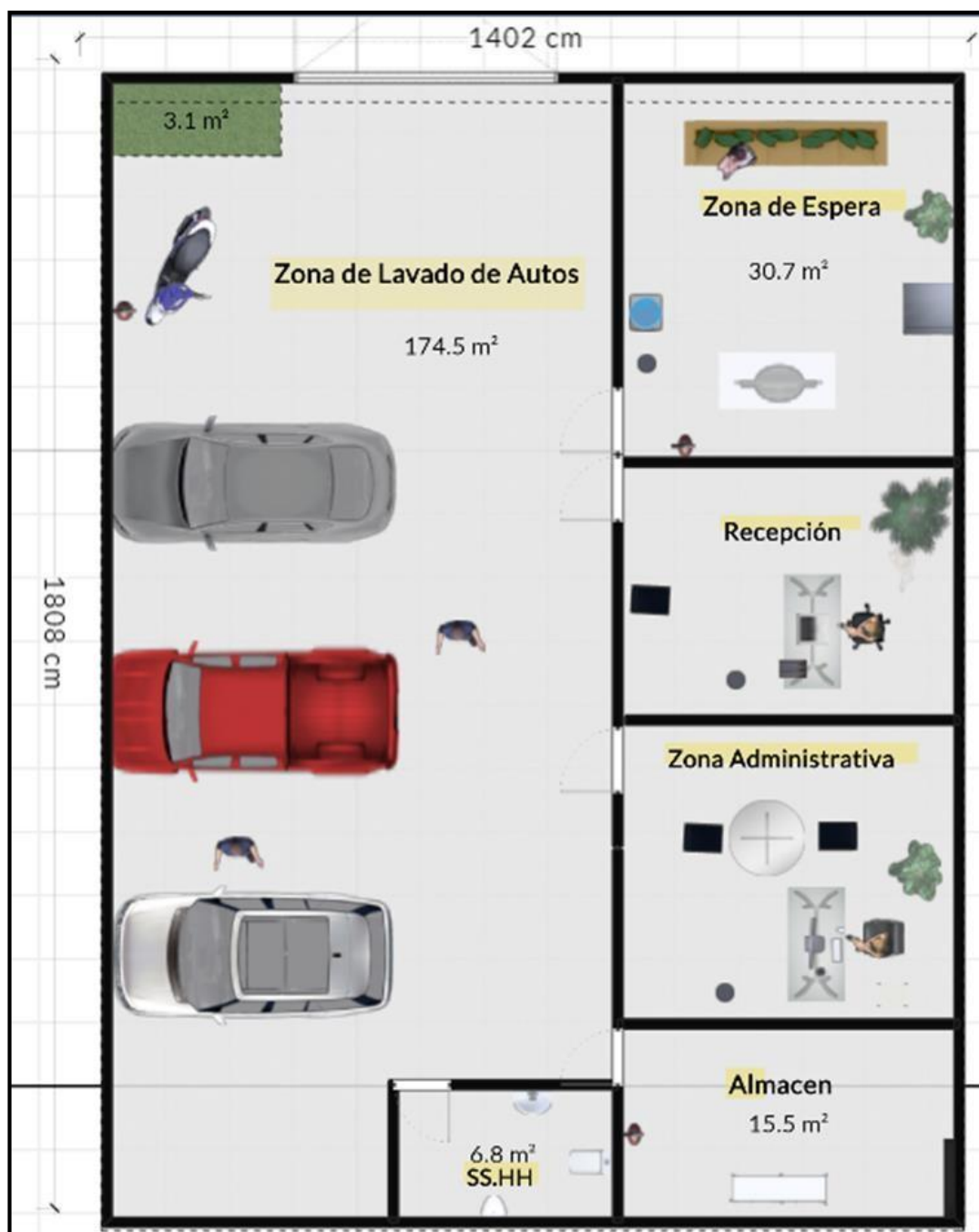


Figura N° 13: Layout del establecimiento

Fuente: Realizado por los integrantes del proyecto

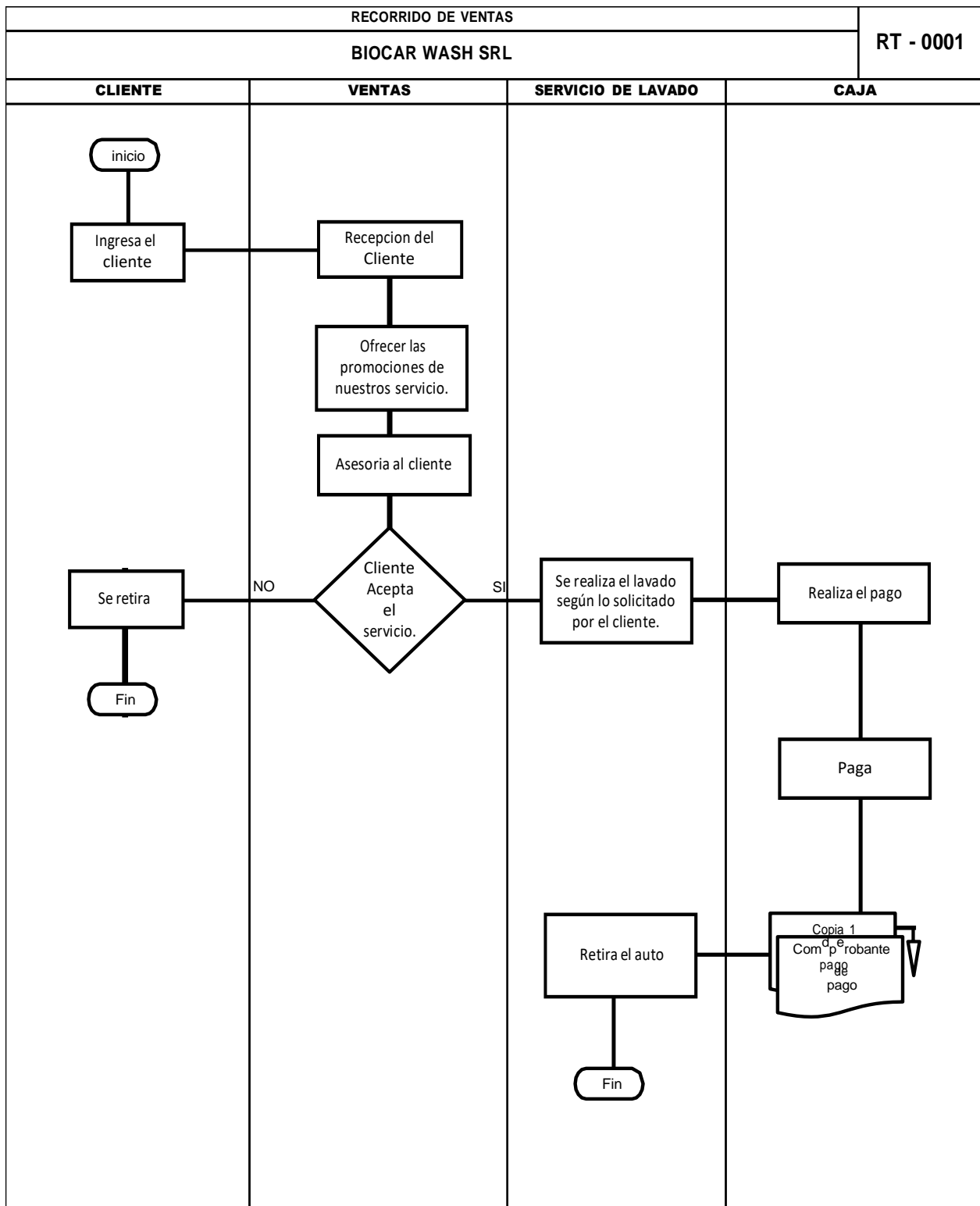
f) Proceso:

BIOCAR WASH inicia sus operaciones desde la recepción del servicio a requerir. Esta atención se puede solicitar presencialmente, vía telefónica o por nuestros enlaces virtuales. El cliente elegirá qué tipo de lavado requiere para su vehículo. Se mantendrá un control bajo orden de llegada, según las solicitudes presentadas, registraremos en el sistema los datos del cliente y su tipo de vehículo; para así conservar la relación con ellos, brindarles asesorías, recomendación y promociones futuras. Se invita al cliente a la zona de espera.

En el área de limpieza del vehículo se ejecutará lo solicitado de acuerdo a lo eligió por el cliente. El procedimiento de lavado se ejecutará aplicando el uso de los insumos ecológicos, así mismo utilizando aspiradora para la parte interior de los vehículos. Es necesario señalar que se manipularán materiales de limpieza con altos estándares de calidad biodegradables, reconocidas del mercado.

Culminado el servicio, el cliente se apersonará a recepción para realizar el pago, según las condiciones de pago señaladas (efectivo o tarjetas crédito/ débito), Posteriormente continuaremos en constante comunicación con el cliente, confirmando su satisfacción del servicio, por medio de una llamada o mensaje. Tomando en cuenta las sugerencias dadas para una mejora continua en el servicio e infraestructura.

Flujograma del proceso de servicio de BIOCAR WASH



g) Presencia: Evidencia Física

BIOCAR WASH, implementa una infraestructura basado en la satisfacción del cliente, ya que presenta los ambientes de zona de espera y recepción donde los clientes van observar el proceso de lavado del vehículo en un ambiente grato y confortable; con un televisor, cobertura de internet libre para sus dispositivos, maquina dispensadora de alimentos/agua. Para realizar sus pagos en la zona de recepción se maneja diversas modalidades pago, tarjetas de crédito, débito y efectivo con una atención personalizada.



Figura N° 14: Evidencia Física

Fuente: Realizado por los integrantes del proyecto

2.4. Plan de Marketing

BIOCAR WASH presenta sus acciones de marketing con la finalidad de mejorar sus fuerzas de venta durante el periodo de 5 años, buscaremos informar y publicitar la empresa eco amigable, que contribuye a la conservación ambiental empleando productos biodegradables y que no dañan la pintura ni causa ralladuras en los vehículos, para eso BIOCAR WASH invertirá en la contratación de un community manager quien se encarga de las fuerzas de venta vía redes sociales y pagina web

Además, se optará por los siguientes gastos en publicidad:

Tabla N° 23: Gastos de Publicidad

Gastos en Publicidad				
Concepto	Cantidad	Valor de Venta	IGV	Total
Página Web	1	S/678	S/122	S/800
Banner	2	S/169	S/31	S/200
Stiker publicitarios para autos	500	S/127	S/23	S/150
Total		S/975	S/175	S/1,150

Fuente: Realizado por los integrantes del proyecto

Estos gastos en publicidad se encontrarán dentro del gasto de venta tal cual lo especifica el siguiente cuadro:

Tabla N° 24: Gastos de Venta

Gastos de Venta				
Concepto	Cantidad	Valor de Venta	IGV	Total
Tarjetas de presentación	Millar	S/85	S/15	S/100
Dípticos (Información sobre el servicio)	Millar	S/76	S/14	S/90
Gastos en Publicidad	503	S/975	S/175	S/1,150
Total		S/1,136	S/204	S/1,340

Fuente: Realizado por los integrantes del proyecto

El pago por recibo por honorarios al Community Manager quien se encargará de las fuerzas de venta en redes sociales y en la página web:

CONSULTORES EXTERNOS			
TRABAJADOR	CANTIDAD	REMUNERACIÓN	
		MENSUAL	ANUAL
Community Manager	1	S/930	S/11,160

BIOCAR WASH, participara de ferias nacionales como la TOYOTATHON, PERU PRODUCE, HYUNDAI FEST, entre otras con la finalidad de hacer conocido el servicio y la marca, captando mayores y mejores clientes con la finalidad de generar mayores ventas:

Costo de Feria PERU PRODUCE del MINCETUR			
Concepto	Cantidad	Costo \$	Total S/.
Reserva del Stand	1	\$ 1,500.00	S/5,070.00
Acondicionamiento del Stand	-	\$ 900.00	S/3,042.00
<i>Sillas (destino)</i>	2	\$ 30.00	S/101.40
<i>mesas (destino)</i>	2	\$ 80.00	S/270.40
<i>vitrina (destino)</i>	1	\$ 120.00	S/405.60
<i>luces led (destino)</i>	2	\$ 300.00	S/1,014.00
<i>logos de la empresa</i>	4	\$ 250.00	S/845.00
<i>banners</i>	2	\$ 120.00	S/405.60
Servicio de Luz	-	\$ 300.00	S/1,014.00
Tarjetas de presentación	1000	\$ 50.00	S/169.00
Souvenirs	600	\$ 295.86	S/1,000.00
Dícticos	1000	\$ 30.00	S/101.40
TOTAL		\$3,075.86	S/10,396.40

Souvenirs para la Feria				
Concepto	Cantidad	Valor de Venta	IGV	Total
Llaveros (con la marca)	200	S/254	S/46	S/300
Lapiceros (con la marca)	200	S/212	S/38	S/250
Pines (con la marca)	200	S/381	S/69	S/450
Total		S/847	S/153	S/1,000

Para la participación en la feria se invertirá en la compra de souvenirs para regalar a los asistentes junto con los dícticos y tarjetas de presentación.

A continuación, detallamos el presupuesto de marketing para el primer año:

Tabla N° 25: Presupuesto de Marketing

PRESUPUESTO DE MARKETING												
Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Comunity manager	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00	S/930.00
Feria PERU PRODUCE									S/10,396.40			
Banners Publicitarios	S/200.00			S/200.00			S/200.00			S/200.00		
Stikers Publicitarios	S/150.00			S/150.00			S/150.00			S/150.00		
Página web	S/800.00											S/100.00
Tarjetas de presentación	S/100.00			S/100.00			S/100.00			S/100.00		
Dícticos	S/90.00			S/90.00			S/90.00			S/90.00		
TOTAL	S/2,270	S/930	S/930	S/1,470	S/93	S/930	S/1,470	S/930	S/11,326.40	S/1,470	S/930	S/1,030

Fuente: Realizado por los integrantes del proyecto

2.5. Cadena de valor

A continuación, se detalla los procesos y/o acciones básicas que contribuirán valor a la organización como al cliente



3. CAPÍTULO TRES - GERENCIA Y ORGANIZACIÓN

3.1. Gerencia

- **Idea del negocio**

Crear una empresa dedicada a realizar el servicio de lavado de vehículos con productos ecológicos, este servicio se dará en nuestro local, como también por medio de una aplicativa app, donde los clientes podrán realizar su pedido ya sea para la atención en nuestro local como también servicio delivery.

La idea de brindar este servicio por medio de la app es facilitar aquellos clientes que no tienen tiempo en llevar sus autos a los centros de lavado. Teniendo claro que el tiempo y calidad de servicio es muy importante para este tipo de servicio.

Con este aplicativo, los clientes podrán reservar su cita, hacer seguimiento de su pedido de lavado, también pedir servicio de lavado ya sea en su domicilio, centro de trabajo, o donde se encuentren ubicados, teniendo en cuenta que nuestra atención será para la zona 6 que corresponde a los distritos LINCE, SAN MIGUEL, MAGDALENA, PUEBLO LIBRE Y JESUS MARIA.

Para la ejecución de los procesos de lavado, se reclutará personal con experiencia en el rubro y alto grado de vocación de servicio.

- **Visión**

Ser la primera opción de lavado de vehículos en Lima Metropolitana con calidad del servicio y comprometida al 100% por el cuidado del medio ambiente, generando rentabilidad con la optimación de los recursos.

- **Misión**

Somos una empresa comprometida al servicio, que busca la satisfacción del cliente mediante la limpieza de su automóvil, brindando una nueva experiencia con productos ecológicos, reafirmando nuestro compromiso con el medio ambiente y contando con colaboradores calificados para este rubro.

- **Valores**

- Integridad:

La claridad en todos los procesos y/o situaciones de la empresa, en conjunto con los colaboradores será imprescindible, para el trabajo en equipo.

- Respeto:

Una convivencia ideal se forja con el respeto a las diferencias y situaciones que las determina, creándose un clima laboral favorable que permitirá un eficiente desarrollo individual.

- Higiene:

Buscando que parte de la satisfacción del cliente sea mantener limpio las instalaciones, de manera que se tendrá un espacio ideal y confortable, cuidando la salud de los usuarios y colaboradores.

- Comunicación:

El contacto con los clientes de es la razón de ser, es por ello que nuestra comunicación será “antes, durante y después”.

- Liderazgo:

Buscaremos empoderar a nuestros colaboradores para que tengan una mayor confianza de tomar buenas decisiones.

Objetivos Estrategicos:

a) Objetivos a corto plazo:

- ✓ Posicionar a BIOCAR WASH en un 55% del público objetivo en el primer año, que cumpla con rapidez, reduciendo el tiempo de espera en la atención del servicio, con una calidad de limpieza de lavado exterior e interior del vehículo utilizando recursos ecológicos ayudando a preservar el medio ambiente.
- ✓ Realizar cuatro encuestas al año, al 25% de clientes mediante la aplicación BIOCAR WASH APP; así conocer de manera directa las necesidades de los nuevos clientes.
- ✓ Efectuar campaña de fidelización a los clientes al 100% durante el primer año a través del merchandasing, clientes continuos.
- ✓ Utilizar productos 100% de calidad y ecológicos para generar una cultura de conservación ambiental en cada uno de los servicios ofrecidos durante los 5 años.

b) Objetivos de mediano plazo:

- ✓ Contar con un personal 100% capacitado, motivado y comprometido con la empresa e inculcarles el valor del servicio al cliente; mediante capacitaciones anuales.
 - ✓ Establecer alianzas estratégicas por lo menos con tres empresas automotrices para fortalecer las ventajas competitivas de la empresa en el segundo año de funcionamiento.
 - ✓ Elevar los niveles de servicio para incrementar las ventas en un 15%, implementando un plan de marketing eficiente e innovador.
 - ✓ Contribuir a una asociación de reciclaje por año, mediante desechos que se generen en la zona de recepción, administrativa y almacén en el plazo de 5 años.
-

c) Objetivos al largo plazo:

- ✓ Incrementar la rentabilidad en un 5% anual por los próximos 5 años para lograr sostenibilidad económica y financiera de la empresa en el tiempo, ofreciendo el mejor servicio de lavado de vehículos con recursos ecológicos brindando un servicio eco amigable a todos los usuarios.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas con cinco empresas proveedoras de productos ecológicos en el tercer año, para fortalecer el desarrollo del negocio convirtiéndose en socios de ganancias.
- ✓ Reducir la deuda externa de la empresa en un 100% en un plazo de tres años.
- ✓ Certificar la calidad al 100% de todos los procesos internos desarrollados por BIOCAR WASH en un plazo de tres años.
- ✓ Ser reconocidos al 85% como una empresa seria con excelencia en el servicio de operaciones de lavado ecológico en el mercado automotor en un plazo de 5 años.

- Estrategia Genérica

La estrategia genérica de Porter que vamos a aplicar es la de DIFERENCIACIÓN porque nuestra empresa recién se está iniciando y necesitamos identificarnos con ello, nos concentraremos en el grupo de personas de la Zona 6 de Lima Metropolitana que necesiten el servicio de lavado de vehículos. Adoptaremos la diferenciación a través de los atributos de nuestros servicios de calidad y del servicio a domicilio por aplicación app.

Dentro de nuestra infraestructura poseeremos espacio adecuado para el lavado de autos y productos de calidad.

- Desarrollaremos una serie de políticas y una de las principales es la de mantener las buenas relaciones con nuestros clientes.

- Así mismo realizaremos encuestas dentro del perímetro de nuestro mercado para medir el grado de satisfacción con nuestro servicio.

VENTAJA COMPETITIVA

Nuestra ventaja competitiva se representará a través de un servicio post venta; de tal manera que al momento de realizar el servicio se obsequiará una cartilla de recomendaciones, para un buen uso de su auto. Con esto conseguiremos que los clientes adquieran mayor confianza en nuestra empresa, ya que de seguir nuestras recomendaciones continuarán manteniendo un excelente servicio; logrando crear de esta manera diferenciarnos con ello, que estamos seguros se distinguirá como ideal y apreciado por los clientes en relación a lo que ofrece la competencia.

Asimismo utilizaremos un valor agregado, el cual consiste en una inmediata comunicación con el cliente cuando solicitó algunos de nuestros servicios, para conocer el grado de satisfacción alcanzado, haciéndole saber además nuestro interés por mantener con ellos un vínculo comercial para que en un futuro informarles sobre las novedades en nuestros servicios y nuevas ofertas y/o promociones, abriendo con esto un lazo de comunicación permanente, ya sea a través de diversos medios de comunicación inmediata.

- Análisis interno

Tabla N°26: Matriz EFI ponderado

MATRIZ EFI	PESO	CAL.	PON.
Fortalezas			
Servicio eco-amigable	0.15	5	0.75
App innovadora para la solicitud del servicio	0.10	4	0.40
Servicio personalizado y confiable	0.10	4	0.40
Ubicación estratégica que abarca toda la zona 6 de Lima Metropolitana	0.07	3	0.21
Debilidades			1.76
Desconocimiento de los clientes ante el logo de la empresa	0.10	4	0.40
Muy baja experiencia en el mercado	0.07	3	0.21
No tenemos liderazgo en el mercado	0.07	3	0.21
No contar con capacidad para un servicio masivo	0.05	2	0.10
Total	1.00		2.68

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

- Análisis externo

Tabla N°27: Matriz EFE ponderado

MATRIZ EFE	PESO	CAL.	PON.
Oportunidades			
Empresas eco-amigables interesadas en un canal con el mismo objetivo ambiental para el lavado de su flota vehicular	0.15	5	0.75
Crecimiento constante del parque automotor	0.15	5	0.75
Los car-wash informales no contribuyen al cuidado del medio ambiente	0.10	4	0.40
Mayor conciencia ambiental por parte de los consumidores	0.10	4	0.40
Amenazas			2.30
Aumento de competencia sustituta	0.04	2	0.08
La desconfianza generada por la actual inseguridad para realizar el servicio delivery	0.04	2	0.08
Desaceleración económica	0.03	2	0.06
Restricciones a las importaciones de los insumos ecológicos	0.02	1	0.02
Total	1.00		2.54

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Según esta matriz estamos por encima del promedio ponderado de 2.50 eso significa que contamos con las fortalezas y oportunidades necesarias para contrarrestar nuestras amenazas y debilidades.

CINCO FUERZAS DE PORTER

1. Poder de negociación de los proveedores

Actualmente negociar con los proveedores es valioso, ya que existen muy pocas empresas en el mercado que comercializan estos insumos para el lavado. Los distribuidores de los insumos son un factor muy importante, por ello se debe identificar las diferenciaciones de lo ofrecido.

Frecuentemente los negocios, buscan alianzas alternativas que permitan beneficiar a ambas partes, asociados con precios razonables, mejor calidad y entregas a tiempo.

Lista de proveedores que se cuenta:

- ✓ ECO TOUCH
- ✓ DRYWASH SYS
- ✓ ECOESTETIC
- ✓ SHINING CAR

2. Poder de negociación de los clientes

El nivel de negociación con los clientes es significativo, a consecuencia de la alta demanda de establecimientos de lavados de vehículos, que actualmente se hallan posicionadas en el mercado, brindando una diversidad de precios y tipos de limpieza; ante ello BIOCAR WASH dará un servicio donde nos diferenciamos por emplear productos ecológicos con precios razonables y acompañado de nuestro innovador servicio delivery.

BioCar se dirige a clientes que poseen automóviles propios, buscando un servicio de lavado donde desean ahorrar tiempo con un buen servicio.

De acuerdo al APEIM, hay un 15.8% de hogares que cuentan con automóviles en lima metropolitana y el 10% del mercado disponible son personas con un estilo de vida sofisticada, es decir aquellas que tiene poder adquisitivo.

3. Amenaza de los nuevos competidores

El mercado de lavado de autos usando productos ecológicos, cada vez tiene más acogida. Por ello, las empresas peruanas de dicho mercado, que se han mencionado anteriormente, se encuentran en una constante innovación de ofrecer una amplia gama en su línea de productos.

Se consideraría como amenaza, a los vigentes establecimientos que brindan varios servicios de lavados de vehículos, pues ya tienen instalaciones y tendrían la facilidad de emprender el servicio delivery.

4. Amenaza de servicios y productos sustitutos

Se considera como un punto importante, pues el reemplazo se ocasiona por la decisión de que el mismo propietario o usuario limpie el vehículo en su casa con sus propios insumos, relacionado claramente con el tiempo a utilizar.

Actualmente existen otros métodos para el servicio de lavado ya sea al vapor y como el lavado tradicional al agua.

5. Rivalidad entre competidores

La competencia entre los diversos negocios de lavado existentes, es aceptable, pese a que no existen varias empresas que brindan este innovador servicio a domicilio mediante una APP.

Actualmente hay negocios que ya están posicionados en el mercado, como también hay pequeñas empresas que se encargan de vender productos de limpieza de autos.

- Análisis de factores macro del entorno

Factor político

Según el BCRP², la informalidad incrementó en altos porcentajes en el país ya que muestra resultados impresionantes. Siendo causa primordial de observación, puesto que manifiesta un desequilibrio en la designación de actividades, en la que sobresale la mano de obra, agregando la mala utilización de los servicios que brinda el gobierno, poniendo en riesgo la expectativa de desarrollo del país. Se declara que la informalidad en el Perú es resultado de la mezcla de ineficientes servicios públicos y un engorroso proceso normativo. Sumandose aún difícil cuando carecen de formación y mejora de aptitud, con técnicas de manufactura aún básicas, y existiendo considerables influencias demográficas.

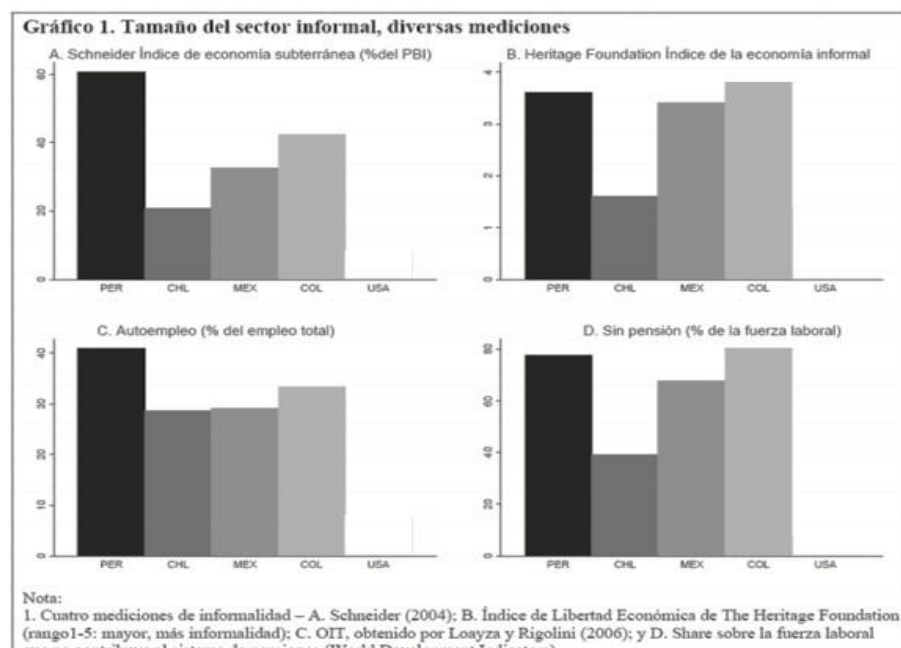


Figura N° 15: Tamaño Del Sector

Fuente: BCRP

² <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas.html>

En términos generales, el nivel de incumplimiento en el país es muy preocupante, en comparación con Chile y Estados Unidos según los factores estudiados. Además, en referencia al porcentaje actual de producción y de auto empleo, es elevado a diferencia de países como México y Colombia. Teniendo en cuenta estos indicadores, en el Perú el 60% de la producción se realiza informalmente; el 40% está autoempleada en microempresas informales; y sólo el 20% de la potencia laboral pertenece a algún plan de asignaciones formales, incluido a aquellos trabajadores que laboran para grandes compañías.

Factor económico

El Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (Iedep) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL)³ informó que la economía peruana crecería 3.2% al cierre del 2019, lo que significa una reducción de 0.5 puntos porcentuales a lo estimado a comienzos del año, cuando la proyección era de 3.7%.

"Una menor dinámica económica se explica principalmente por el bajo crecimiento de las actividades productivas con alta participación en el producto bruto interno (PBI) y a una evolución menor de la demanda interna, especialmente de la inversión pública", manifestó César Peñaranda, director ejecutivo del Iedep de la CCL.⁴

"Esto en parte es consecuencia de la actual coyuntura política que ha generado incertidumbre en el consumidor y en el inversionista".

Financiamiento bancario

La cartera total de créditos otorgados por las entidades bancarias privadas finalizó el 2018 con un saldo de 270,622 millones de soles, y registró un

³ <https://elcomercio.pe/economia/peru/ccl-clase-media-crecio-4-5-alcanza-14-4-millones-peruanos-noticia-nndc-635551-noticia/>

⁴ <https://gestion.pe/economia/ccl-reduce-3-2-proyeccion-crecimiento-pbi-2019-nndc-271263-noticia/>

crecimiento de 8.77% respecto al término del 2017, informó hoy la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc)⁵.

“Es importante destacar que el financiamiento bancario no cerraba un año con un incremento tan alto desde el 2015, cuando se reportó un aumento de 10.74%”, sostuvo.

Asbanc indicó que el crédito dirigido a empresas llegó a 175,692 millones de soles a diciembre del año pasado, y acumuló un avance anual de 7.80%.

En tanto, los préstamos otorgados a las familias se aceleraron a 94,971 millones de soles en el mes de análisis, anotando un crecimiento interanual de 10.60%.

Factor social

Lima Metropolitana tiene un parque automotor en continuo desarrollo, convirtiéndose en la región con más vehículos transitando por sus rutas (2791.598 vehículos), como se detalla en la figura N°6 - 2017, manteniendo una pendiente de crecimiento sostenida; decimos entonces que del total de vehículos en el país, una cantidad significativa circulan por las vías y rutas de la capital, señalando a los automóviles con 1219.373 unidades, seguidos de los station wagon 403.251 unidades.



PARQUE VEHICULAR NACIONAL ESTIMADO, SEGÚN CLASE DE VEHÍCULO: 2007-2017
(Unidades vehiculares)

CLASE DE VEHÍCULO	2007 ^R	2008 ^R	2009	2010	2011	2012	2013 ^R	2014	2015 ^R	2016	2017
TOTAL	1 534 303	1 640 970	1 732 834	1 849 690	1 979 865	2 137 837	2 287 875	2 423 696	2 544 133	2 661 719	2 791 598
Automóvil	696 897	735 314	766 742	809 967	860 366	927 698	993 705	1 058 075	1 116 226	1 167 041	1 219 373
Station Wagon	250 979	261 441	274 566	285 300	289 649	292 840	318 022	340 009	369 554	403 193	403 251
Camioneta Pick Up	176 111	187 940	196 833	210 988	228 321	246 205	258 028	266 305	274 153	283 479	296 099
Camioneta Rural	159 829	184 328	207 067	235 889	272 596	318 484	330 472	342 645	354 858	365 316	398 705
Camioneta Panel	29 684	32 498	34 172	36 184	37 847	39 476	40 938	41 976	42 892	43 387	59 556
Omnibus	48 542	49 882	51 563	54 389	56 704	59 088	69 128	77 773	78 579	80 119	82 993
Camión	120 661	129 295	137 407	147 293	158 939	171 407	187 970	203 180	208 216	213 155	219 972
Remolcador	20 872	24 890	26 457	28 679	30 779	33 722	36 017	39 482	41 514	43 604	45 542
Remolque y Semi-rer	30 728	35 382	38 027	41 001	44 664	48 917	53 595	54 251	58 141	62 425	66 107

Figura N° 16: Parque automotor según clase de vehículo

Fuente: SUNARP

⁵ <https://www.asbanc.com.pe/Paginas/Noticias/DetalleNoticia.aspx?ItemID=755>

Perú aproximadamente tiene 32 millones 162 mil 184 habitantes cifra tasada según el informe de estadística poblacional 2018 realizado por IPSOS, el país ha incrementado un promedio anual de 1.01%, lo que indica una línea decreciente en el equilibrio del crecimiento poblacional en los últimos 56 años (INEI 2018).



Figura N° 17: Estadística poblacional
Fuente: IPSOS

Actualmente se tiene disposición de más conductoras femeninas al volante; pues, día a día obtienen y maniobran un vehículo, siendo precisamente ellas, las que están constantemente pendientes del cuidado y limpieza de su auto, de la misma forma, los hombres también se considera un público objetivo, por el trato que les dan a su vehículo, buscando lo mejor para estos; ambas realidades intervienen efectivamente a nuestro giro de negocio.

Factor tecnológico

Ipsos Apoyo presentó su estudio sobre los hábitos, usos y actitudes hacia la telefonía móvil, grupo que está conformado por el 80% de la población del Perú Urbano.

Según los principales hallazgos del informe, 6 de cada 10 usuarios de telefonía móvil peruanos tienen una línea prepaga. Los principales usos que le dan al dispositivo es llamadas (91%), mensajes de texto (66%), tomar fotos y videos (44%).

La mitad de usuarios de telefonía móvil en el Perú se conecta a internet desde tu teléfono. Un 28% usa los datos móviles, mientras que el 18% usa wifi.

Respecto al celular ideal, la mayoría (un 61%) dijo que es importante la duración de la batería. Las características secundarias fueron, un procesador más rápido (43%), diseño (42%), memoria con más GB (40%)⁶.

La tecnología innovadora se considera una alternativa de mejora para la organización, porque si bien obtenerla signifique un costo elevado, al incluirla en los procesos esta beneficie la calidad y tiempo del servicio.

Factor ecológico

Una cantidad considerable de 40 establecimientos informales de limpieza de vehículos, están encuentran operando frente a la carretera Ramiro Prialé. A los propietarios no les interesó que 27 distritos de Lima sobrelleven una crisis de desabastecimiento, a consecuencia de la corriente del niño. Estos continuaron ofreciendo su servicio, derrochando el agua que necesitaba el resto de la población.

Sedapal convocó a municipalidades de Lima y Callao a respaldar la iniciativa de uso responsable del agua potable a través de la participación ciudadana a fin de evitar el derroche del recurso hídrico.

⁶ https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-02/Ipsos_Flair_Peru_0.pdf

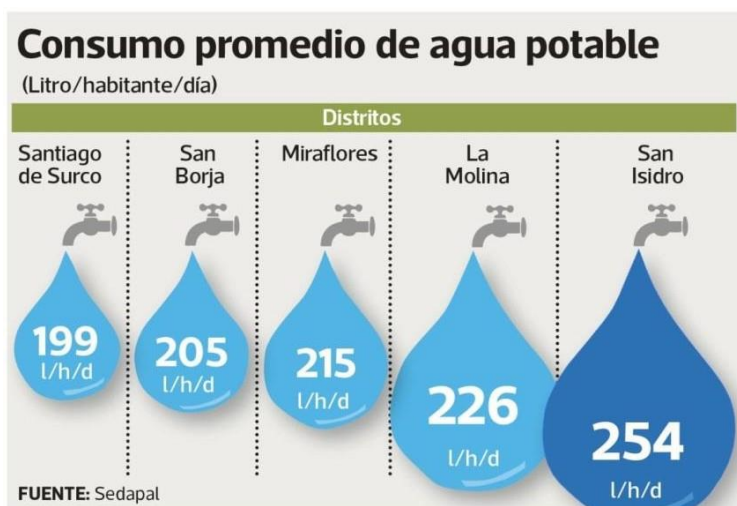


Figura N° 181: Consumo estimado de agua por
Fuente: SEDAPAL

3.2. Organización

3.2.1. Descripción del negocio

- Nombre o razón social

BIOCAR WASH S.R.L.



- Actividad económica o codificación internacional (CIIU)

La CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme) tiene como objetivo establecer una codificación uniforme de las actividades económicas beneficiosas.

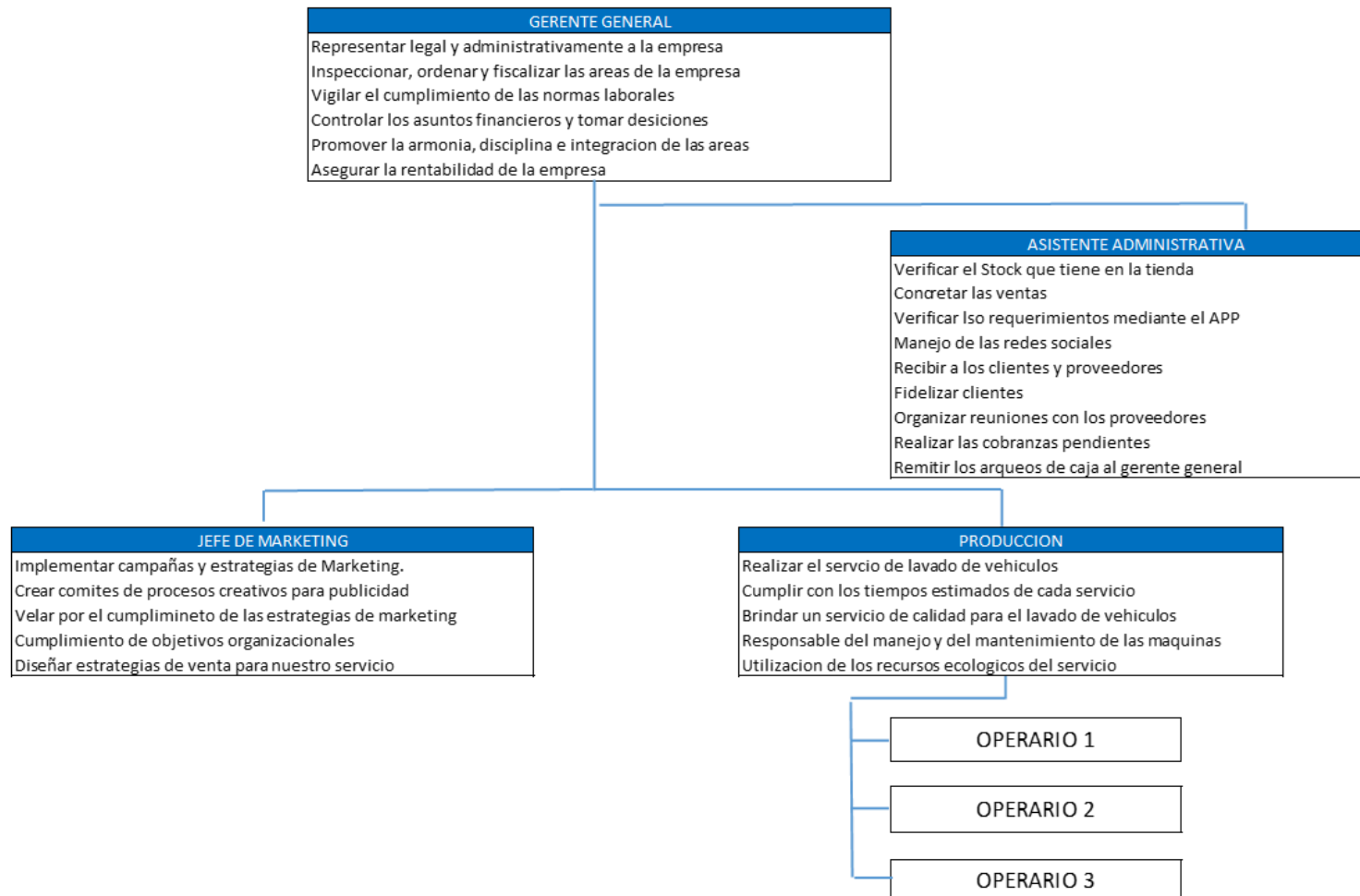
Dirigiendonos específicamente al sector de tipo automotriz. A continuación, indicamos la clasificación de la actividad primaria a la que pertenecemos.

TABLA DE ACTIVIDADES ECONOMICAS CON LA CIIU REV. 4.0

CIIU Rev.4	DESCRIPCION
4520	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES

- Localización
 - Dirección: Av. Javier Prado Oeste 586 – Lima
 - Teléfono: 01 385-1582
 - e-mail: biocarwash@gmail.com

Organigrama Funcional para cada departamento



- Gerente General

Es el ejecutivo ubicado en lo más alto de la pirámide empresarial, tiene la responsabilidad de controlar el correcto funcionamiento de todas las áreas, dirigiendo y controlando los procedimientos administrativos y financieros del negocio.

FUNCIONES

- Desempeñar el frente administrativo y legal de la empresa, con las normativas que la ley le confiere al gerente.
- Representar a la empresa en cualquier acto.
- Inspeccionar las competencias habituales y concretas de cada una de las áreas que constituyen la organización.
- Certifica y administra los procesos de las actividades de las distintas áreas que son parte de la organización.
- Administra los diversos factores de desarrollo de la empresa.
- Velar que se elabore los estados financieros ya sea mensual o anual.
- Promover la armonía, disciplina laboral e integración personal.

COMPETENCIAS

- Manejo de Microsoft Excel intermedio
- Orientación al cliente
- Liderazgo
- Empático

REQUERIMIENTOS LEGALES

- Ser mayor de 28 años, de nacionalidad peruana o contar con el permiso de trabajo y residencia
- No contar con antecedentes penales
- No Presentar deuda en el sistema financiero

- Jefe de Marketing

Ejecutivo que elabora las técnicas y estrategias de marketing en la organización. Desarrollando eficientemente campañas y tácticas de publicidad con fines específicos del usuario objetivo.
FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Proyectar e inspeccionar el proceso de las campañas y estrategias de Marketing. • Supervisar el empleo del Merchandising para garantizar el reconocimiento corporativo. • Coordinar comités para el proceso creativo anticipado al lanzamiento de nuevos servicios de lavados. • Cumplir con los estándares, políticas y procedimientos para la calidad del servicio.
COMPETENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo amplio de herramientas sobre Diseño Gráfico. • Capacidad innovadora con vocación de servicio. • Conocimiento de Office. • Proactivo / confinable / responsable.
REQUERIMIENTOS LEGALES
<ul style="list-style-type: none"> • Ser mayor de 25 años, de nacionalidad peruana o contar con el permiso de trabajo y residencia. • No contar con antecedentes penales. • No presentar deuda en el sistema financiero.

- Asistente Administrativa

<p>Ejecutiva, deberá cumplir con los lineamientos de velar por el normal funcionamiento de apoyar al gerente general, también concretar las ventas y realizar los cobros de cada venta que se realiza, para lo cual deberá cumplir con un perfil de amabilidad, presencia, buen trato al público con fin de persuadir al cliente para concretar las ventas</p>
<p>FUNCIONES</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar el stock que se tiene en la tienda. • Concretar las ventas • Verificar los requerimientos mediante el aplicativo App y redes sociales. • Mantener la tienda en un ambiente adecuado para el ingreso de los clientes. • Fidelizar los clientes ingresando en una base de dato los datos personales. • Efectuar las coordinaciones con la jefatura inmediata en relación a los pagos de pasivos. • Realiza las cobranzas de las ventas del día. • Remitir diariamente firmado los arqueos de caja a su jefe inmediato.
<p>COMPETENCIAS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Excel Intermedio • Ordenada • Manejo de caja • Orientación al cliente
<p>REQUERIMIENTOS LEGALES</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ser mayor de 22 años, de nacionalidad peruana o contar con el permiso de trabajo y residencia • No contar con antecedentes penales • No Presentar deuda en el sistema financiero

- Operarios

Su función principal es la de operatividad del servicio acorde al requerimiento solicitado por los usuarios y/o propietarios de los vehículos. Serán los que realicen el giro del negocio.

FUNCIONES

- Realiza el trabajo operativo para la realización del servicio
- Cumplir con la optimización del uso de los insumos entregados para realizar las actividades de lavado.
- Optimización de los tiempos de realización del servicio.
- Mantiene un servicio de calidad en la función de limpieza y lavado de vehículos, así como en la atención del cliente.
- Será responsable del manejo y cuidado de las máquinas de lavado automático que estarán bajo su uso.

COMPETENCIAS

- Orientación al cliente
- Ordenado

REQUERIMIENTOS LEGALES

- Ser mayor de 24 años, de nacionalidad peruana o contar con el permiso de trabajo y residencia
- No contar con antecedentes penales

Tabla N°28: Cuadro de asignación del personal

CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL			
Nombre de la Unidad	N° de Cargos	Denominación del cargo	Cargo Calificado
Gerencia General.	1	Gerente general	Lic. en Administración y/o Técnico en Administración
	1	Jefe de Marketing	Lic. en Marketing y/o Técnico
	1	Asistente Administrativo	Secundaria Completa y/o Estudio Superior
Producción	3	Operario	Técnico con experiencia en el rubro
TOTAL	6		

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

3.3. Desarrollo del negocio

3.3.1. Servicio

- Ficha técnica del servicio

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	
NOMBRE DE LA EMPRESA:	BIOCAR WASH
DIRECCIÓN:	Av. Javier Prado Oeste s/n – Lima
CONTACTO:	Uculmana Quispe Yackelyn
TELÉFONO:	01 385-1582
CÓDIGO CIU:	4520
E-MAIL:	biocarwash@gmail.com
SITIO WEB:	www.biocarwash.com.pe

SERVICIO BÁSICO: <u>Lavado Exterior</u>	CONSISTE
	<ul style="list-style-type: none"> • Lavado y encerado de carrocería • Limpieza de aros • Limpieza de neumáticos • Limpieza de lunas • Aplicado de protector a zonas plásticas
	INSUMOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Concentrado de lavado sin agua • Shining car encera • Shining car todo propósito • Abrillantador de llantas • Limpia parabrisas • Eliminador de olores • Paño de microfibra • Aplicador de neumáticos

SERVICIO BÁSICO: <u>Lavado Interior</u>	CONSISTE
	<ul style="list-style-type: none"> • Aspirado interior (alfombra, asientos, maletera) • Aplicado de protector a tablero y puertas • Aplicado de ambientador
	INSUMOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Shining car interiores • Limpia parabrisas • Eliminador de olores • Limpia y desengrasa cuero • Limpieza de tapicería y alfombrilla • Paño de microfibra • Ambientador

SERVICIO PREMIUM: <u>Lavado Exterior e Interior</u>	CONSISTE
	<ul style="list-style-type: none"> • Lavado y encerado de la carrocería • Limpieza de aros y neumáticos • Aspirado interior • Aplicado de protector a tablero y puertas • Ambientador
	INSUMOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Concentrado de lavado sin agua • Shining car interiores • Shining car encera • Shining car lava • Shining car todo propósito • Abrillantador de llantas • Limpia parabrisas • Eliminador de olores • Limpia y desengrasa cuero • Limpieza de tapicería y alfombrilla • Paño de microfibra • Aplicador de neumáticos • ambientador

- Proceso de servicio

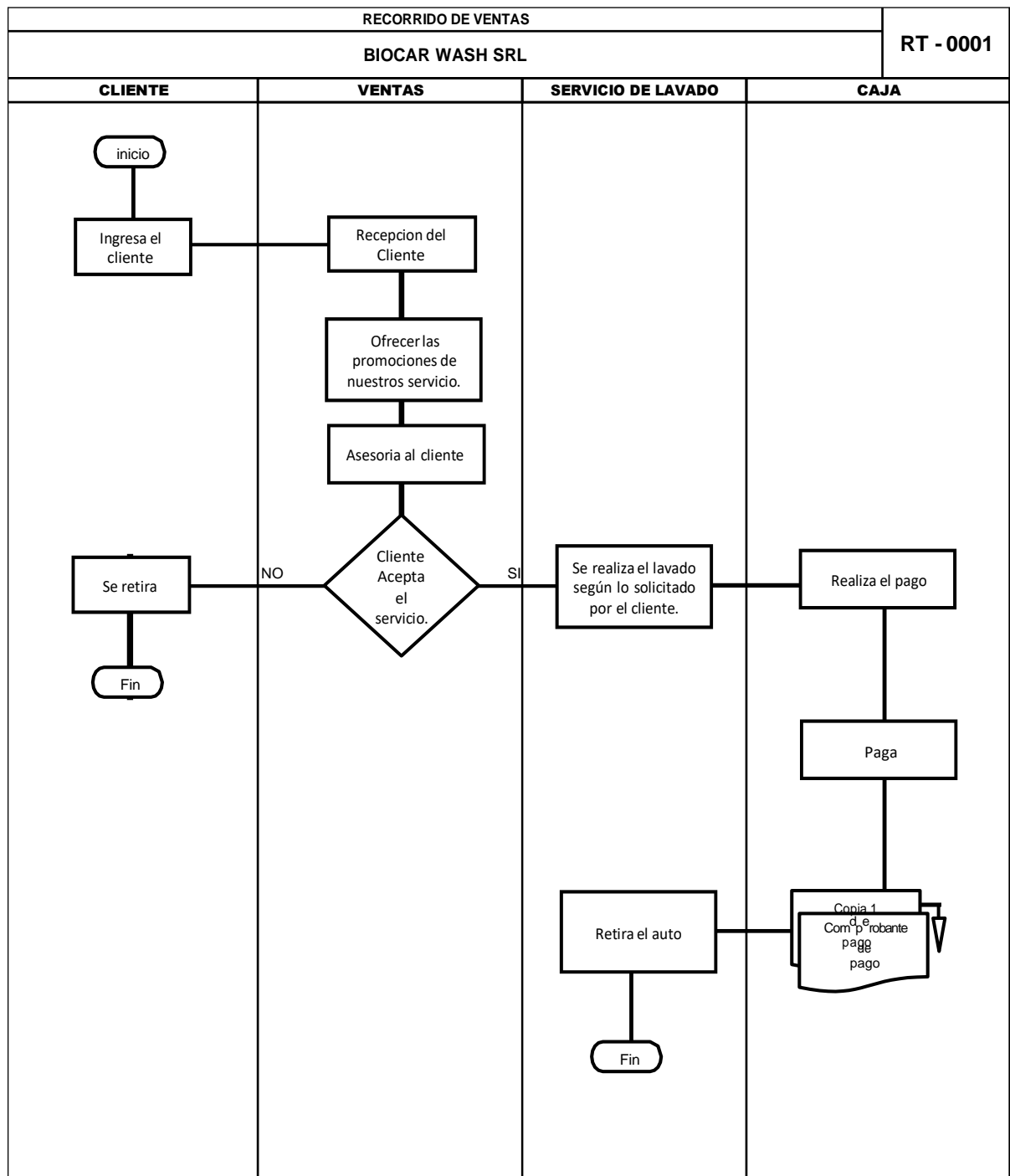
BIOCAR WASH inicia sus operaciones desde la recepción del servicio a requerir. Esta atención se puede solicitar presencialmente, vía telefónica o por nuestros enlaces virtuales. El cliente elegirá qué tipo de lavado requiere para su vehículo. Se mantendrá un control bajo orden de llegada, según las solicitudes presentadas, registraremos en el sistema los datos del cliente y su tipo de vehículo; para así conservar la relación con ellos, brindarles asesorías, recomendación y promociones futuras. Se invita al cliente a la zona de espera.

En el área de limpieza del vehículo se ejecutará lo solicitado de acuerdo a lo eligió por el cliente. El procedimiento de lavado se ejecutará aplicando el uso de los insumos ecológicos, así mismo utilizando aspiradora para la parte interior de los vehículos. Es necesario señalar que se manipularán materiales de limpieza con altos estándares de calidad biodegradables, reconocidas del mercado.

Culminado el servicio, el cliente se apersonará a recepción para realizar el pago, según las condiciones de pago señaladas (efectivo o tarjetas crédito/ débito), Posteriormente continuaremos en constante comunicación con el cliente, confirmando su satisfacción del servicio, por medio de una llamada o mensaje. Tomando en cuenta las sugerencias dadas para una mejora continua en el servicio e infraestructura.

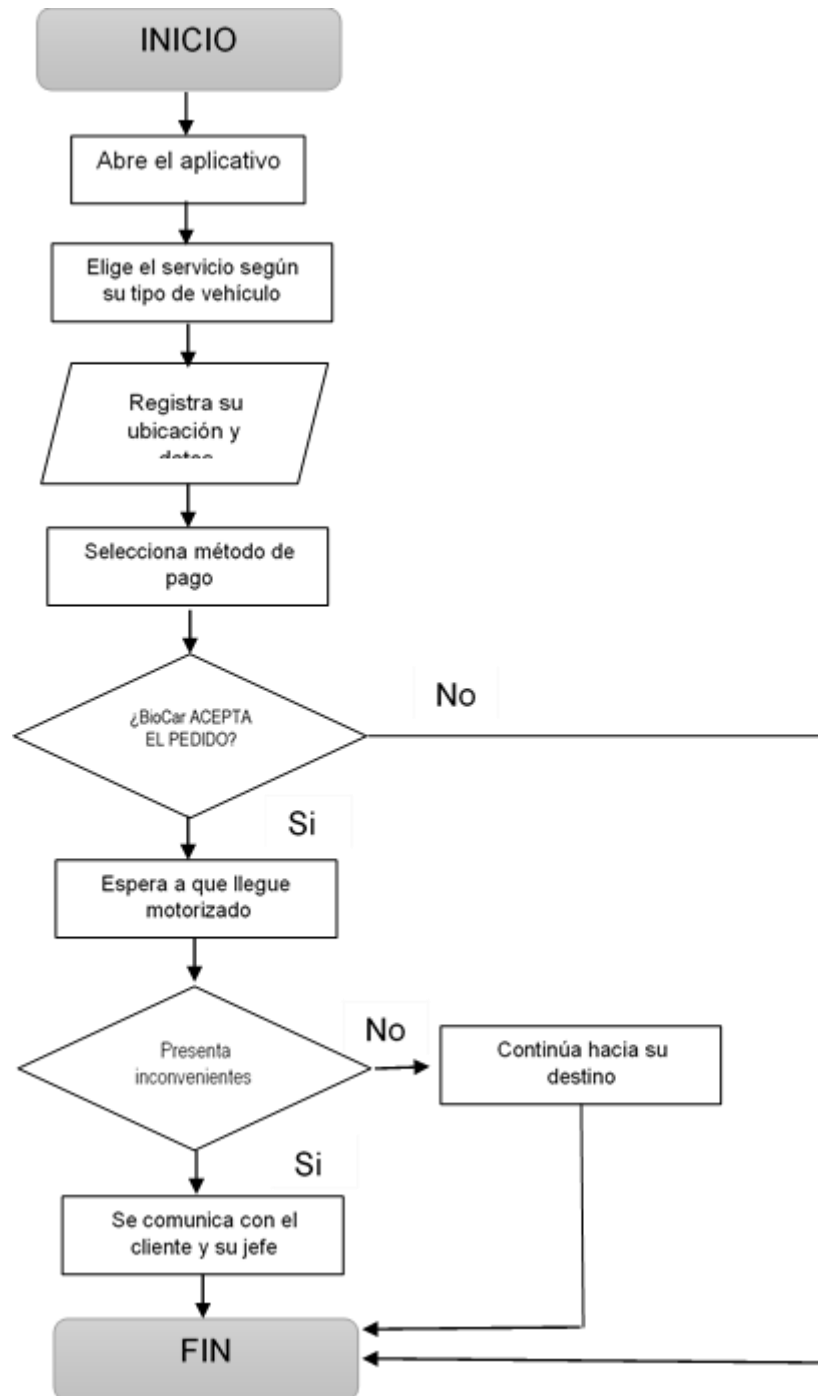
Seguidamente, presentamos el flujograma de los procesos del servicio brindado.

Tabla N° 29: Flujograma Del Servicio



Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°30: Flujograma del servicio delivery mediante el APP



Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

- Dimensión del servicio

El tamaño de nuestras instalaciones tendrá una medida de 150 m²

Tendrá las siguientes divisiones:

- Área de Gerencia -administración
- Área de servicio de lavado

De acuerdo al tamaño de nuestra capacidad instalada nuestra empresa puede realizar al mes 1,728 lavadas de autos, trabajando 48 horas semanales, y teniendo instalado 3 lavaderos. Nuestra capacidad diaria para lavar autos son en promedio 72 autos, y por hora 9 autos.

A continuación, mostramos la rendición de nuestros servicios

	HORA	DIA	SEMANA	MES	AÑO
TOTAL SERVICIOS	9.00	72.00	432.00	1,728.00	20,736.00

- Programa de servicio

De acuerdo al área instalada y la demanda, se dará como resultado nuestras ventas mensuales pronosticadas en unidades, como se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla N° 31: Cuadro de servicio en N° de servicios MENSUAL

Producto	%	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
S1 - Lavado E. auto	13%	65	70	75	80	86	93	99	107	114	123	131	141	1,184
S2 - Lavado E. camioneta	16%	79	85	91	97	104	112	120	129	138	148	159	171	1,433
S3 - Lavado E. ligeros	2%	8	8	9	9	10	11	12	12	13	14	15	16	137
S4 - Lavado I auto	11%	55	59	63	67	72	78	83	89	96	103	110	118	993
S5 - Lavado I camioneta	13%	66	71	76	81	87	93	100	107	115	124	132	142	1,194
S6 - Lavado I ligeros	1%	7	7	8	8	9	9	10	11	12	12	13	14	120
S7 - Lavado C auto	19%	98	105	113	121	130	139	149	160	172	184	198	212	1,781
S8 - lavado C camioneta	23%	118	127	136	146	157	168	180	193	207	222	238	256	2,148
S9 - Lavado C ligeros	2%	12	12	13	14	15	17	18	19	20	22	23	25	210
TOTAL (Serv.)	100%	506	543	582	624	669	718	770	826	886	950	1,019	1,093	9,200

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

En la siguiente tabla, se observa los servicios anuales en unidades de acuerdo a los tipos de servicios que ofrecemos, considerando el 3% de crecimiento anual.

Tabla N°32: Cuadro de servicio en N° de servicios ANUAL

Producto	2020	2021	2022	2023	2024
S1 - Lavado E. auto	1,184	1,231	1,280	1,331	1,384
S2 - Lavado E. camioneta	1,433	1,490	1,550	1,612	1,676
S3 - Lavado E. ligeros	137	142	148	154	160
S4 - Lavado I auto	993	1,033	1,074	1,117	1,162
S5 - Lavado I camioneta	1,194	1,242	1,292	1,344	1,398
S6 - Lavado I ligeros	120	125	130	135	140
S7 - Lavado C auto	1,781	1,852	1,926	2,003	2,083
S8 - lavado C camioneta	2,148	2,234	2,323	2,416	2,513
S9 - Lavado C ligeros	210	218	227	236	245
TOTAL (Serv.)	9,200	9,567	9,854	10,150	10,455

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

- Horario de funcionamiento

BIOCAR WASH, brindará sus servicios para la zona 6, en un horario de trabajo semanal de Lunes a Sábados de 10:00 - 19:00 horas

Se le brindará al cliente la información correspondiente sobre los tipos de servicio.

Protocolo de atención:

- Saludo: Se hará la bienvenida respectiva a nuestros clientes, acompañada de una sonrisa amable que transmita confianza y seguridad.

“Bienvenido a “BIOCAR WASH”

Cuidamos tú vehículo y el medio ambiente

- Despedida: En este momento le agradecemos su visita, reflejando cordialidad. Asimismo, invitarlo a navegar en nuestra APP

“Gracias por su visita, vuelva pronto”

3.3.2. Requerimientos

Personal (horario y remuneración)

Nuestros colaboradores de BioCar Wash tendrán los siguientes beneficios:

- ✓ Remuneración Mensual
- ✓ Jornada de trabajo de 8 horas diarias, 48 horas semanales
- ✓ Descanso semanal de 1 día y en días feriados.
- ✓ Seguro de salud SIS, pago del 0.45% asumido por el empleador

Tabla N°33: Remuneraciones de colaboradores

DATOS DEL TRABAJADOR				
N°	APELLIDOS Y NOMBRES	FECHA ING.	DNI	REMUNER. BRUTA
1	Gerente	1/01/2020		2,000
2	Asistente administrativo	1/01/2020		1,000
3	Jefe Marketing y ventas	1/01/2020		1,500
4	Obrero 1	1/01/2020		930
5	Obrero 2	1/01/2020		930
6	Obrero 3	1/01/2020		930
				7,290

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

- Máquinas, equipos y mobiliarios

Tabla N°34: Activos Fijos

Activo	Cant.	V. Unit.	Total
Aspiradora seco/humedo	4	847	3,390
Televisor LED 49"	1	1,102	1,102
Extintores	3	33	99
Escritorio	3	297	890
Silla giratoria	3	93	280
Sofa Niza	1	423	423
Archivador melamine	2	254	508
Andamio metal	2	169	339
Caja reparto	1	127	127
Moto lineal	1	2,966	2,966
Computadora HP	3	1,270	3,811
Impresora multifuncional	1	338	338
Proyector Epson	1	195	195
Celulares	2	212	424
	28	Subtotal	14,892
		IGV 18%	2,680
		TOTAL S/	17,572

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°35: Activos Intangibles

Activo	V. Unit.	Total
Constitución de empresa	643	643
Trámites y permisos	240	240
Registro de marca	915	915
Desarrollo de App	3,000	3,000
Pagina web y hosting	1,500	1,500
Adecuación de local	3,000	3,000
	TOTAL S/.	9,298

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

- Silla para visita



Características:

- ✓ Material de estructura: Metal
- ✓ Resiste: 120 kg
- ✓ Alto: 75 cm
- ✓ Ancho: 43 cm
- ✓ Profundidad: 41 cm
- ✓ Color: Negro
- ✓ Material de asiento: Cuerina
- ✓ Apilable: Sí
- ✓ Material respaldar: Cuerina
- ✓ Peso del producto: 4.7 kg
- ✓ Marca: Venso

- Módulo de atención:



Características:

- ✓ Material de estructura: Melamina.

- Escritorio:



Características:

- ✓ Cuenta con 1 cajón + 1 puerta.
- ✓ Mueble fabricado en melamina de 15mm.
- ✓ Canto delgado (0.4mm) Respaldo nordex 4mm.
- ✓ Puerta con bisagra tipo cangrejo.
- ✓ Cajón con correderas metálicas esmaltadas.
- ✓ Tiradores plásticos color metálico.
- ✓ Patines o deslizadores plásticos.

- Silla Giratoria:



Características:

- ✓ Material de silla: Tela
- ✓ Material estructura: Metal y nylon
- ✓ Resistencia de silla: 90 kg
- ✓ Alto asiento de silla: De 38 a 48 cm
- ✓ Profundidad se silla: 62cm
- ✓ Color: Negro
- ✓ Peso de silla: 5.4 kg
- ✓ Marca de silla: Karson

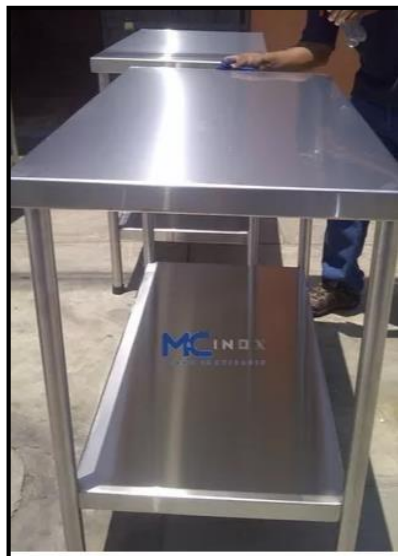
- Mueble archivador:



Características:

- ✓ Largo: 120 cm
- ✓ Alto: 85 cm
- ✓ Profundidad o fondo: 40 cm

- Andamio de Metal:



Características:

- ✓ Ancho 60 Cm
- ✓ Longitud 110 Cm
- ✓ Altura 90 Cm
- ✓ Mesada Superior E Inferior Con Dobles De Refuerzo De 4 Cm
- ✓ Omegas Inferiores De Refuerzo
- ✓ Patas Tubulares De Od De Ø 1 1/2" (38 Mm)
- ✓ Regatones Antideslizantes
- ✓ Peso Aproximado 20 Kilos
- ✓ Material Acero Inoxidable Calidad 304
- ✓ Soldado Con Proceso Tig - Acabado Pulido Sanitario

- Vehículo:



Características:

ESPECIFICACIONES

Año	2019
Marca	TVS
Versión	Sin carenado
Tipo de moto	Pistera
Tipo de chasis	Cuna de acero
Colores disponibles	Rojo con Negro
Posición de manejo	Recta
Número de pasajeros	2
Origen de la marca	India
País de fabricación	India
País de ensamblaje	India

- Materiales

BIOCAR WASH, detalla lo necesario en almacén y los productos a utilizar para garantizar la gestión de atención hacia nuestros clientes y lograr la satisfacción, para el cálculo de stock 1 año. Se muestra la proyección del stock en su respectiva unidad de medida, de los insumos para los servicios de lavados.

Tabla N°36: Cálculo de Stock Insumos

INSUMOS	POR UNIDADES												TOTAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Liquido concentrado	14	16	17	18	19	21	22	24	25	27	29	31	263
Shining encera	17	18	19	20	22	24	25	27	29	31	33	36	300
Shining car todo prop.	10	11	12	13	13	15	16	17	18	19	21	22	185
Abrillantador llantas	22	24	26	27	30	32	34	36	39	42	45	48	405
Limpia parabrisas	22	24	25	27	29	31	34	36	39	41	44	48	400
Elimina olores	12	13	14	15	16	17	18	19	21	22	24	26	217
Paño microfibra	21	23	25	26	28	30	33	35	37	40	43	46	388
Aplicador neumaticos	11	12	13	14	15	16	17	18	19	21	22	24	200
Shining interiores	15	16	17	18	19	21	22	24	26	27	29	32	266
Shining car lava	12	13	14	15	16	17	18	19	21	22	24	26	215
Desengrase cuero	12	13	14	15	16	17	18	19	21	22	24	26	215
Limpia tapiz y alfombra	9	9	10	11	11	12	13	14	15	16	17	19	156
Ambientador	11	12	12	13	14	15	16	18	19	20	22	23	196

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

- Áreas

BIOCAR WASH, empezará sus operaciones en un espacio arrendado, se ubicará en el distrito de Magdalena, tendrá una medida de 150 m²; dividiéndose en dos zonas. La principal será la zona de lavados y la continua estará conformada por la zona de espera, recepción, oficina administrativa y almacén. El establecimiento estará diseñado y adaptado para que nuestros clientes puedan supervisar el servicio solicitado.

En el área de lavado tendrá la capacidad de atender 3 autos al mismo tiempo, donde se utilizarán todos nuestros insumos biodegradables. Por otro lado, la zona de espera contará con un espacio pensado en el propietario o usuario objetivo, contará con una máquina de productos, muebles, asimismo con un televisor, cobertura de internet libre para sus dispositivos. El diseño del establecimiento tiene recepción en donde se recibirá a los clientes que requieren de los servicios de BioCar Wash. En la recepción se confirmará el servicio, reserva y el pago.

Se tendrá una acogedora área administrativa en la que se organiza la empresa. Finalmente, para un control eficiente de los materiales habrá un área de almacén en donde se detallarán las herramientas necesarias para la limpieza de cada vehículo. Líneas abajo mostramos la distribución del local.

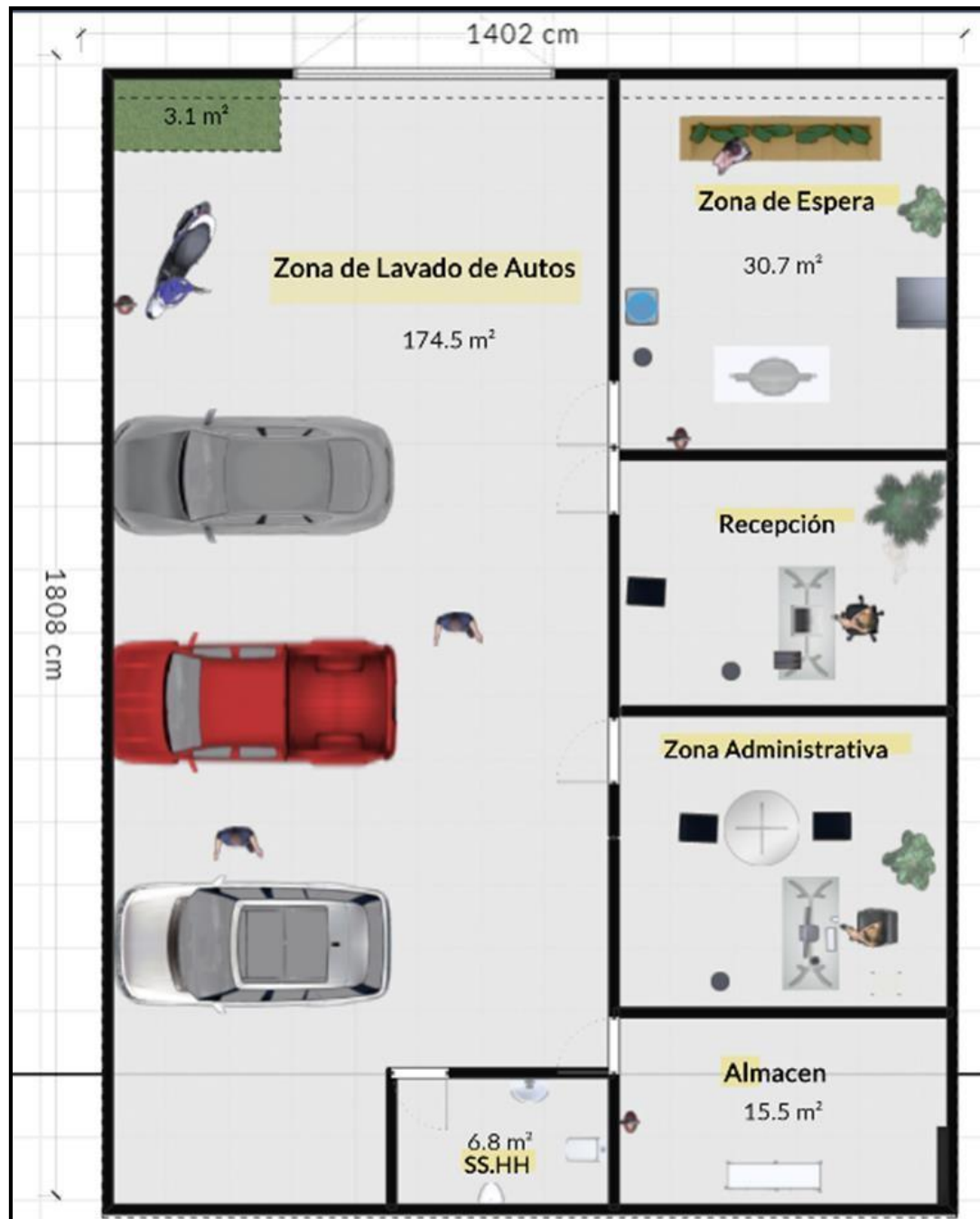


Figura N° 29: Plano del establecimiento formato 2D
Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

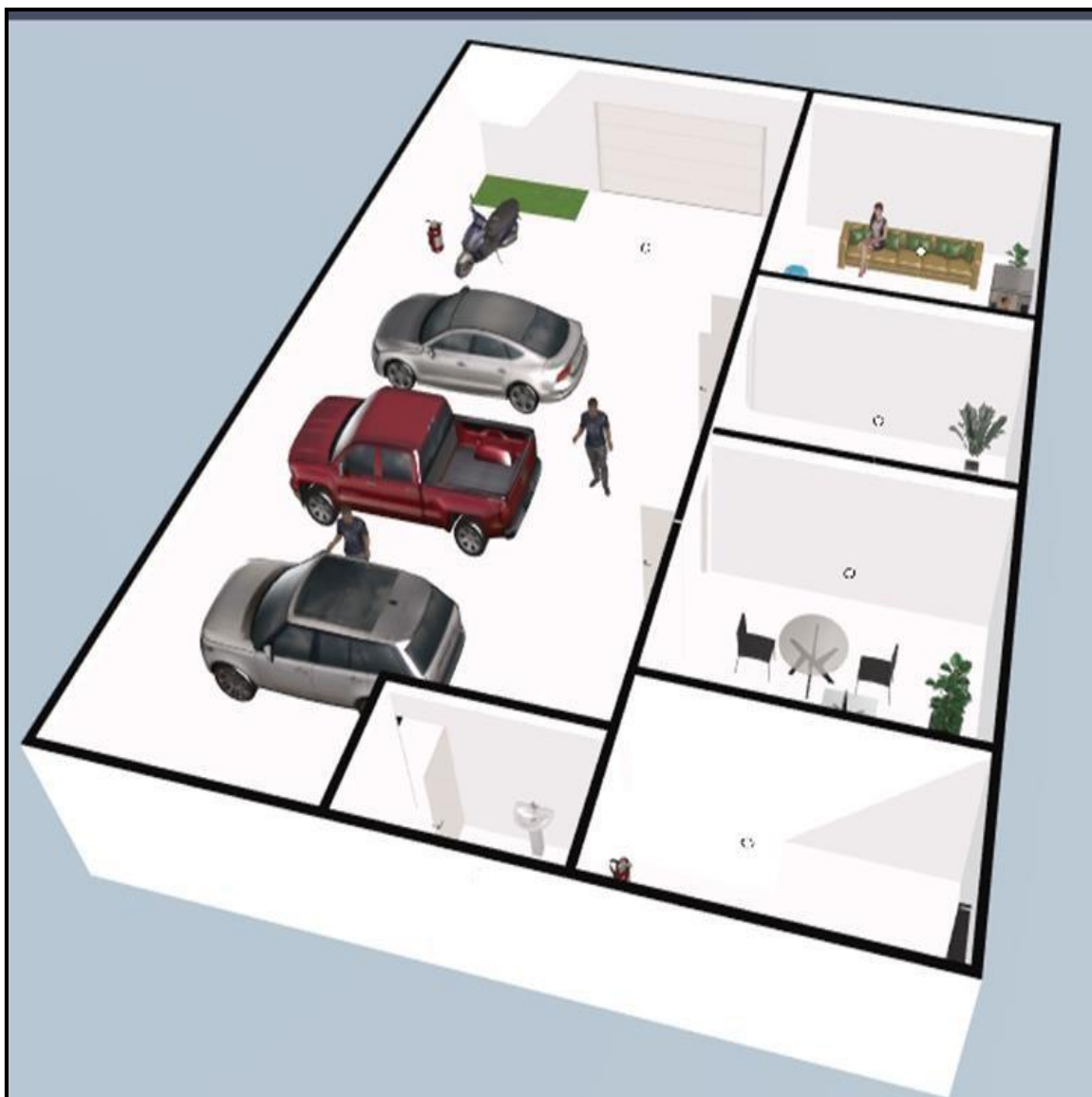


Figura N° 20: Plano del establecimiento formato 3D
Fuente: Realización por los integrantes del proyecto



Figura N° 213: Plano de áreas formato 3D
Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

- Servicios

Nuestra empresa BIOCAR WASH, contará con los siguientes seguros:

a) Robo:

Cubrirá hurto de bienes propios, que se utilizan en el giro del negocio

b) Responsabilidad civil:

Cubrirá daños en la infraestructura, originados por un incidente en actividades propias del negocio, considerándonos civilmente responsables.

c) Transporte:

Cubrirá los perjuicios o hurto de la mercancía de la empresa, cuando se traslada de un lugar a otro.

d) Rotura de maquinaria:

Cubrirá las averías causadas a los equipos cuando es usada, debido a una falla eléctrica, falta de conocimiento, que impida continuar con el servicio.

e) Equipo electrónico:

Cubrirá averías inesperadas al equipo electrónico, por negligencia o falla eléctrica, haciendo forsoza su reparación o su reposición.

3.3.3. Operaciones

3.3.3.1. Logística de abastecimiento

- Proveedores y homologación de proveedores.

Nuestros proveedores serán seleccionados minuciosamente bajo ciertos parámetros según el rubro de los pedidos a realizar para la empresa.

PONDERACIÓN DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACIÓN

TOTAL PONDERACIONES:		100.0%	PONDERACION COMPLETA		
ASPECTOS TÉCNICOS		ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS		ASPECTOS EMPRESARIALES	
Calidad del producto/servicio	25.0%	Precios	25.0%	Estabilidad del proveedor	2.0%
Capacidad técnica del proveedor	2.0%	Formas y plazos de pago	3.0%	Proximidad	3.0%
Calidad certificada (ISO o similar)	5.0%	Servicio postventa	2.0%	Facilidad de entendimiento	3.0%
Capacidad de adaptación	5.0%	Garantías	5.0%	Importancia como cliente	3.0%
Plazos de entrega	9.0%	Total, asp. comerc. y econ.	35.0%	Referencias de terceros	8.0%
Total aspectos técnicos	46.0%			Total aspectos empresariales	19.0%

IDENTIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES A COMPARAR

	Proveedores
A.	ECO TOUCH
B.	DRYWASH SYS
C.	ECOESTETIC
D.	SHINING CAR

VALORACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Aspectos Técnicos	ECO TOUCH	DRYWASH SYS	ECO ESTETIC	SHINING CAR
Calidad del producto/servicio	3	4	3	2
Capacidad técnica	3	4	2	3
Calidad certificada (ISO o similar)	1	3	1	1
Capacidad de adaptación	3	4	3	3
Plazos de entrega	3	5	3	4

PAUTAS DE VALORACION					
	1	2	3	4	5
Calidad del producto/servicio	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Capacidad técnica	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Calidad certificada (ISO o similar)	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Capacidad de adaptación	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Plazos de entrega	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy Bajos

ASPECTOS COMERCIALES Y ECON.	ECO TOUCH	DRYWASH SYS	ECO ESTETIC	SHINING CAR
Precios	4	5	3	3
Formas y plazos de pago	5	4	3	2
Servicio postventa	4	4	3	3
Garantías	4	5	3	3

	1	2	3	4	5
Precios	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy Bajos
Formas y plazos de pago	Muy malas	Malas	Medias	Buenas	Muy buenas
Servicio postventa	Muy malo	Malo	Medio	Bueno	Muy bueno
Garantías	Muy mala	Mala	Media	Buena	Muy buena

ASPECTOS EMPRESARIALES	ECO TOUCH	DRYWASH SYS	ECO ESTETIC	SHINING CAR
Estabilidad del proveedor	4	5	4	3
Proximidad	3	3	3	2
Facilidad de entendimiento	4	5	3	3
Importancia como cliente	4	5	3	3
Referencias de terceros	4	5	3	3

	1	2	3	4	5
Estabilidad del proveedor	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Proximidad	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Facilidad de entendimiento	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Importancia como cliente	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Referencias de terceros	Ninguna	Malas	Regulares	Buenas	Muy buenas

RESULTADOS DE LA COMPARACIÓN

RESULTADOS	ASPECTOS TÉCNICOS	ASPECTOS COMERCIALES Y ECON.	ASPECTOS EMPRESARIALES	TOTAL	POSICIÓN
ECO TOUCH	1.28	1.43	0.73	3.44	2
DRYWASH SYS	1.88	1.70	0.89	4.47	1
ECOESTETIC	1.26	1.05	0.59	2.90	3
SHINING CAR	1.12	1.02	0.54	2.68	4

FORMATO DE PROVEEDORES



MATRIZ DE COMPARACION DE PROVEEDORES

GUION DE LA HERRAMIENTA:

- 1- Pondera los criterios a tener en cuenta
- 2- Indica cuáles son los proveedores a comparar
- 3- Valora a tus proveedores
- 4- Resultados

IDENTIFICACION DE LA COMPARATIVA

Autor: BioCarWash
 Producto: Empresa de Lavado de Autos ecologicos
 Fecha: 11-oct-19

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Instrucciones: para cada uno de los 14 criterios que te proponemos que consideres, indica en las casillas amarillas el peso en % que tiene sobre el 100% total. En la casilla

Total Ponderaciones: **0.0%** Todavía tienes puntos para repartir hasta llegar al 100% !!!

Aspectos Técnicos

Calidad del producto/servicio	
Capacidad técnica del proveedor	
Calidad certificada (ISO o similar)	
Capacidad de adaptación	
Plazos de entrega	
Total aspectos técnicos	0.0%

Aspectos comerciales y económicos

Precios	
Formas y plazos de pago	
Servicio postventa	
Garantías	
Total asp. comerc. y econ.	0.0%

Aspectos empresariales

Estabilidad del proveedor	
Proximidad	
Facilidad de entendimiento	
Importancia como cliente	
Referencias de terceros	
Total aspectos empresariales	0.0%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPARAR

Instrucciones: introduce en las casillas amarillas el nombre de cada uno de los proveedores que quieres comparar:

Proveedores	
A.	
B.	
C.	
D.	

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (mínimo) a 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor. Introduce el valor en las celdas amarillas.

Aspectos Técnicos	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Calidad del producto/servicio				
Capacidad técnica				
Calidad certificada (ISO o similar)				
Capacidad de adaptación				
Plazos de entrega				

PAUTAS DE VALORACION

	1	2	3	4	5
Calidad del producto/servicio	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Capacidad técnica	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Calidad certificada (ISO o sim	Muy baja	Baja	media	Alta	Muy alta
Capacidad de adaptación	Muy baja	Baja	media	Alta	Muy alta
Plazos de entrega	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy Bajos

Aspectos comerciales y econ.					1	2	3	4	5
Precios	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy Bajos
Formas y plazos de pago					Muy malas	Malas	Medias	Buenas	Muy buenas
Servicio postventa					Muy malo	Malo	Medio	Bueno	Muy bueno
Garantías					Muy mala	Mala	Media	Buena	Muy buena


Aspectos empresariales					1	2	3	4	5
Estabilidad del proveedor	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Proximidad					Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Facilidad de entendimiento					Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Importancia como cliente					Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Referencias de terceros					Ninguna	Malas	Regulares	Buenas	Muy buenas

4. RESULTADOS DE LA COMPARACION

RESULTADOS	Aspectos Técnicos	Aspectos comerciales y econ.	Aspectos empresariales	TOTAL	POSICION
0.0%	0.00	0.00	0.00	0.00	
0.0%	0.00	0.00	0.00	0.00	
0.0%	0.00	0.00	0.00	0.00	
0.0%	0.00	0.00	0.00	0.00	

• Procedimiento

A continuación, BIOCAR WASH, detalla los procedimientos para la gestión de compra de productos a nuestros proveedores y la recepción de la mercadería y almacenamiento.

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE COMPRAS		
	Código: 001	Páginas: 04
	Versión:01	Fecha: 08/10/2019
Revisado por: Gerente General		Aprobado por: Gerente General

1.- OBJETO:

Realizar adecuadamente la gestión de compra determinado por la empresa BioCar Wash que se realicen en el desarrollo de sus actividades del servicio a brindar. Con el objetivo de asegurar que los insumos comprados cumplan con los indicadores establecidos.

2.- ALCANCE:

Estos indicadores son aplicables a cada una de las gestiones de compra de insumos y/o maquinarias que interfieren en el normal desempeño de las actividades de BioCar Wash.

3.- RESPONSABLES:

- Gerente General:
Aprueba los requerimientos solicitados por el área operativa, verificando el cumplimiento del procedimiento. Haciendo seguimiento y evaluación de los proveedores.
- Jefe de Contabilidad:
Responsable de recepcionar los requerimientos de compra, solicitar y evaluar cotizaciones. Asimismo, realizar órdenes de compra aprobadas.
- Asistente Administrativa:
Elaborar órdenes de compra y verificar junto con un operario la conformidad del requerimiento solicitado

4.-DESCRIPCIÓN:

La empresa BioCar Wash realiza pedidos de insumos y/compra de máquinas ecológicas. Para ambos pedidos se aplica el mismo procedimiento.

4.1.- Requerimiento de compra

El colaborador solicitará a través del formato Requerimiento de compra, todas aquellas solicitudes de compras de insumos para que permitan realizar el servicio de manera eficaz, esta solicitud deberá contar con el nombre y firma del solicitante en archivo digital.

Este archivo digital será presentado al Jefe de Contabilidad, el cual según su criterio se encargará de presupuestarlo, aprobarlo o minimizar dichos requerimientos en un lapso no mayor de 24 horas.

El área administrativa deberá verificar que el formato debe estar correctamente llenado para los insumos requeridos, en caso contrario se solicitará inmediatamente la corrección de las observaciones.

El tiempo que se considera la recepción de orden de pedido es de:

Lunes a Viernes 9:00 am – 3:00 pm

Los e-mails recepcionados después del horario determinado serán considerados para el siguiente día útil. Teniendo su excepción para un tema de emergencia por falta de un insumo esencial.

4.2.- Requerimiento de compra y solicitud de cotización

Cuando el Gerente General, haya evaluado el requerimiento lo clasificamos como PROCEDENTE, la asistente administrativa solicita las cotizaciones respectivas, mediante el envío de un correo electrónico a los proveedores, el cual deberá contener como mínimo el producto o insumo, la cantidad, el código y características. Se puede considerar el envío de la foto del producto.

4.3.- Aprobación de la Orden de Compra

Se debe especificar lo siguiente:

- Razón Social
- RUC
- N° de servicio
- Forma de pago
- Importancia; ALTA-MEDIA

El Jefe de Contabilidad tiene un plazo de 24 horas para realizar el pago y enviando copia al Gerente General.

La Asistente Administrativa imprime la cotización y orden de compra, adjuntando en el file COMPRAS para su seguimiento. Su función culmina cuando recepciona los productos.

4.4.- Verificación de la entrega del producto

Los responsables de la recepción, deberán de verificar al detalle la orden de compra antes de recibirlo. Si el producto se encuentra en otras condiciones no solicitadas se procede a la devolución, evidenciando al proveedor.

4.5.- Almacenamiento

Una vez recepcionada la solicitud continuaremos dirigiéndonos al almacén, adjuntando la copia de la guía de remisión y ubicado en un espacio determinado. Asimismo, en el kardex de almacén considerar la cantidad ingresada.

4.6.- Orden de compra en caso de emergencia

En esta situación de requerir algún insumo de manera inmediata, estos deberán de comunicarlo y gestionarlo directamente con el Gerente General.

4.7.- Anulación de pedido.

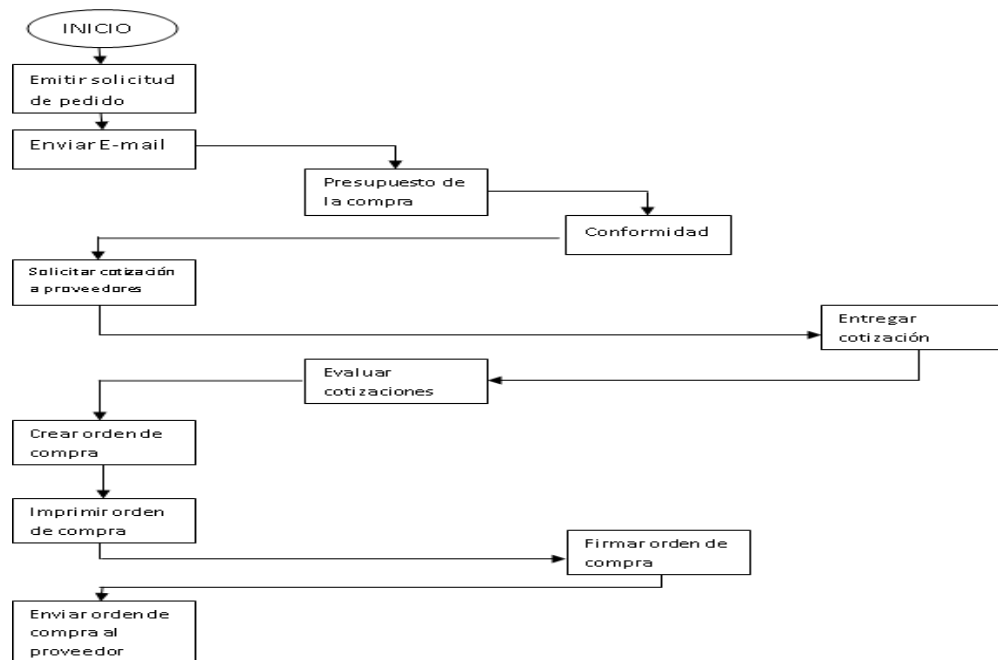
Para anular el pedido, este será enviado por E-mail mediante el asistente administrativo indicándole al detalle el motivo de la anulación.


5.- REQUERIMIENTOS

- Orden de compra
- Guía de Remisión

6.- FLUJOGRAMA

Asistente Administrativa	Jefe de Contabilidad	Gerente General	Proveedor
--------------------------	----------------------	-----------------	-----------



PROCEDIMIENTO DE RECEPCIÓN Y CONTROL DE INVENTARIO		
	Código: 002	Páginas: 03
	Versión: 02	Fecha: 08/10/2019
Revisado por: Gerente General	Aprobado por: Gerente General	

1.- OBJETO

Recepcionar los insumos adquiridos, verificar el número solicitado, en perfectas condiciones, mediante el kardex realizar el inventario de los productos comprados y ubicarlos en el lugar correspondiente dentro del almacén. Asimismo, establecer las normas de almacenamiento, con el objetivo de minimizar riesgos por daño o pérdida de equipos, e incidentes por inadecuada recepción de productos y/o maquinas.

2.- ALCANCE

El proceso se designa para los colaboradores que ejecuten la recepción y almacenamiento de los productos solicitados por BIOCAR WASH.

3.-RESPONSABLE

- Asistente Administrativa:
Responsable de la entrega y devolución de los productos. Controlar el ingreso y salida de los productos almacenados y se hace cargo de la entrega diaria de las herramientas y equipos a utilizar por los operarios.
- Operario:
Apoyo para la verificación de los insumos solicitados

4.- DESCRIPCIÓN:

4.1.- Recepción de productos:

- Todo producto que ingrese al almacén deberá ser recibido por un operario asignado
- La orden de compra debe estar adjuntada con la guía de remisión, siendo validado con el requerimiento
- Lo solicitado antes almacenarlo, debe ser revisado en cuanto a su cantidad, estado y calidad por el operario asignado
- Los productos que no cumplan con las especificaciones, la asistente administrativa, podrá rechazarlos, comunicando de manera inmediata al Gerente General mediante un E-mail.

4.2.- Almacenamiento del producto:

- Con la aceptación y verificación de los productos, el operario asignado procederá a su almacenamiento.
- El operario asignado deberá mantener el orden y la limpieza del almacén, con la supervisión de la asistente administrativa

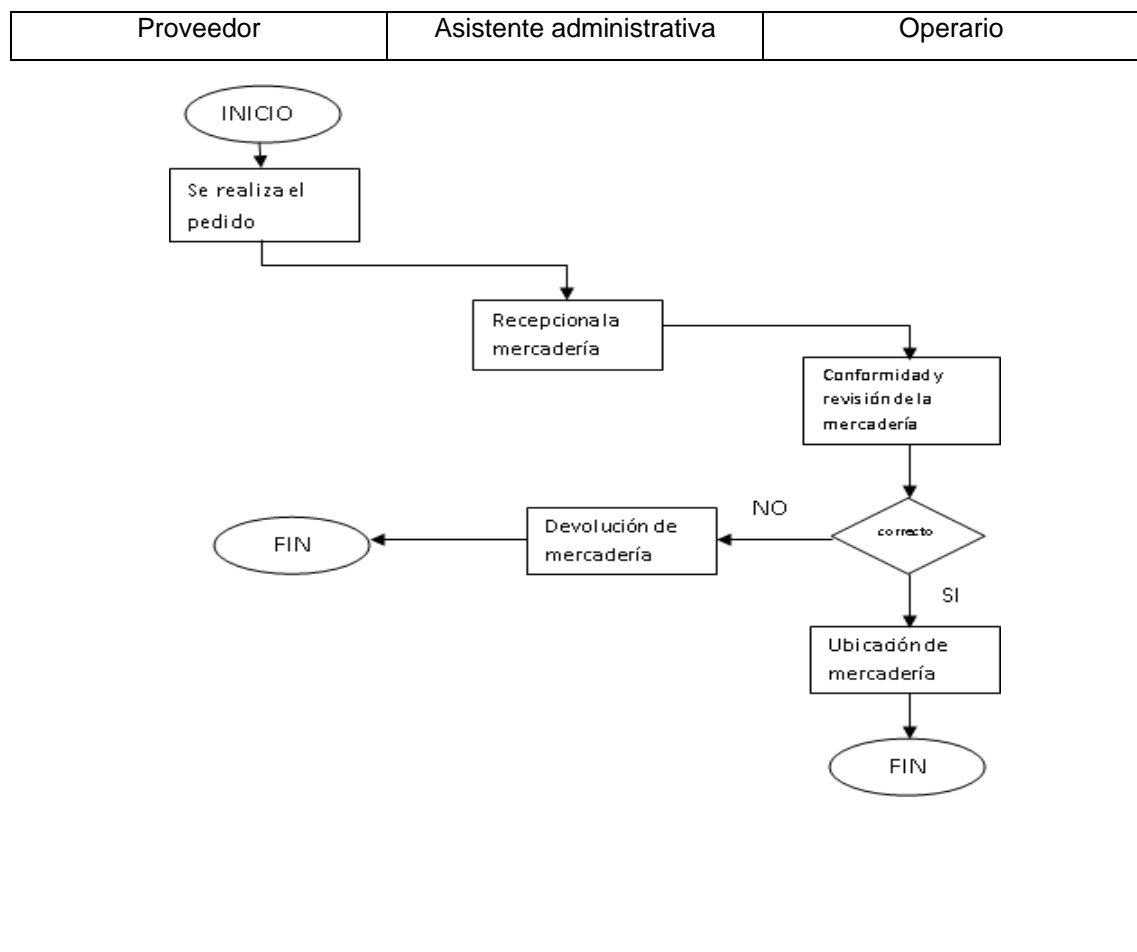
4.3.- Salida de productos

- Toda salida del producto será coordinada con la Asistente Administrativa con la constancia de entrega

5.-REGISTROS:

- KARDEX
- Constancia de entrega

6.- FLUJOGRAMA



3.3.3.2. Logística de distribución

- Medios de transporte

En BIOCAR WASH trabajaremos con un medio de transporte “Moto lineal”, en el cual el operario se trasladará hasta el sitio donde requieren el servicio, junto con su caja de reparto que contiene todos los implementos óptimos para efectuar lo solicitado.

- Tiempo de tránsito

En la zona 6 a la cual nos dirigimos, el tiempo máximo de recorrido de nuestro local a un punto en específico es de 15 a 20 min.

4. CAPÍTULO CINCO – PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

4.1. Presupuesto de inversión

4.1.1. Activos Tangibles

Para el área operativa la principal inversión se realizará en moto lineal, que serán utilizados para el servicio delivery. Además, se considera maquinaria y equipo a la aspiradora en seco la cual se empleará en los servicios de lavado. En la implementación de la sala de espera se tomará en cuenta un televisor de 49”, sofá Niza. Para el área administrativa se comprarán equipos de procesamiento de datos. La inversión total en activos tangibles tendrá un costo anual de s/.17, 572.00

Tabla N° 37: Activos Fijos

Activo	Cant.	V. Unit.	Total
Aspiradora seco/humedo	4	847	3,390
Televisor LED 49"	1	1,102	1,102
Extintores	3	33	99
Escritorio	3	297	890
Silla giratoria	3	93	280
Sofa Niza	1	423	423
Archivador melamine	2	254	508
Andamio metal	2	169	339
Caja reparto	1	127	127
Moto lineal	1	2,966	2,966
Computadora HP	3	1,270	3,811
Impresora multifuncional	1	338	338
Proyector Epson	1	195	195
Celulares	2	212	424
	28	Subtotal	14,892
		IGV 18%	2,680
		TOTAL S/	17,572

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°38: Resumen de Activos Fijos

Activo	Valor
Maquinaria y equipos	5,110
Vehículos	2,966
Muebles y enseres	2,666
Equipo procesamiento datos	4,149
Subtotal	14,892
IGV	2,680
TOTAL S/.	17,572

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N° 39: Depreciación de Activos Fijo

Activo	Valor	%	2020	2021	2022	2023	2024	V.R.
Maquinaria y equipos	5,110	10%	511	511	511	511	511	2,555
Vehículos	2,966	20%	593	593	593	593	593	0
Muebles y enseres	2,666	10%	267	267	267	267	267	1,333
Equipo procesamiento datos	4,149	25%	1,037	1,037	1,037	1,037	0	0
TOTAL S/.	14,892		2,408	2,408	2,408	2,408	1,371	3,888

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.1.2. Activos Intangibles

En la siguiente tabla detallaremos las inversiones efectuadas en activos intangibles, están relacionados al hosting y dominio de la página web, respecto al costo del aplicativo, incluye el desarrollo y subirlo al Play Store / App Store. Asimismo, se considera la licencia de funcionamiento con el registro de marca. Siendo el costo total de s/ 9298.00.

Tabla N° 40: Inversión Intangible

Activo	V. Unit.	Total
Constitución de empresa	643	643
Trámites y permisos	240	240
Registro de marca	915	915
Desarrollo de App	3,000	3,000
Página web y hosting	1,500	1,500
Adecuación de local	3,000	3,000
TOTAL S/.		9,298

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°41: Amortización de activos intangibles

Amortización de Activos Fijos Intangibles

Activo	Valor	%	2020	2021	2022	2023	2024
Constitución de empresa	643	20%	129	129	129	129	129
Trámites y permisos	240	20%	48	48	48	48	48
Registro de marca	915	20%	183	183	183	183	183
Desarrollo de App	3,000	20%	600	600	600	600	600
Página web y hosting	1,500	20%	300	300	300	300	300
Adecuación de local	3,000	20%	600	600	600	600	600
TOTAL S/.	9,298		1,860	1,860	1,860	1,860	1,860

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.1.3. Capital de trabajo

Se especifican los valores considerados para el capital de trabajo. Tenemos los gastos pre-operativos y administrativos.

Tabla N° 42: Resumen de capital de trabajo

Detalle	Valor	Provision	Provisión
Gastos administrativos	4,915	4	19,660
Gastos de ventas	2,576	4	10,306
Costos de servicios	13,022	2	26,043
Subtotal			56,010
Caja chica 5%	1,026	4	4,121
TOTAL S/.			60,130

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°43: Gastos Administrativos

Gastos Administrativos

Detalle	Valor
Gerente	2,000
Asistente administrativo	1,000
Servicio contable	300
Mantenimiento del App	80
Energía eléctrica	60
Agua potable	50
Teléfono e internet	240
Alquiler de local	500
Recarga de extintores	168
Suministros oficina	70
Materiales de limpieza	90
Mantenimiento de local	150
Otros gastos	40
TOTAL S/	4,748.00

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°44: Gastos de Venta

Gastos Ventas

Detalle	Valor
Jefe Marketing y ventas	1,500.00
Comisiones por ventas	0.0%
Redes sociales	240.00
Merchadising	450.00
Eventos MKT	1000.00
Recomendación lavado	105.00
TOTAL S/	3,295.00

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°45: Costos de Servicio

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Costo de servicios	156,260	177,478	185,471	194,231	203,476
Costo de ventas	156,260	177,478	185,471	194,231	203,476

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.2. Estructura de inversión y financiamiento

4.2.1. Estructura de la inversión y su proyección

La inversión necesaria asciende a s/ 72,592.66, las cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla N°46: Resumen de Inversión

Detalle	Valor	%
Activos Fijos	17,572	20%
Activos Fijos Intangibles	9,298	11%
Capital de Trabajo	60,130	69%
TOTAL S/.	87,000	100%

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.2.2. Presupuesto de costos

Luego de determinar el resumen de inversión para implementar e iniciar las actividades comerciales y poner en marcha el proyecto, se va a desarrollar los siguientes presupuestos.

El presupuesto de venta se especifica por cada uno de los servicios de lavado ofrecidos.

BIOCAR WASH implementará el servicio de Delivery mediante el uso de una app gratuita el cual se podrá descargar tanto en las plataformas de Android e IOS, el costo de la creación de esta app es de S/17, 000, la empresa encargada de crear y de implementar esta app será la empresa IBM, al cual

se le pagara en cuatro letras mensuales (tres letras de 5mil soles y una de 2 mil soles) por la creación e implantación de esta app con las siguientes funcionalidades:

COSTO: s/17,000 - IBM BIOCAR WASH APP FUNCIONALIDADES
Plataformas ANDROID e IOS
Interfaz de la aplicación
Módulo de reservas
Tipo de servicio
Tiempo estimado del servicio
Tipo de pago del servicio
GPS
Alarma de termino de servicio
Chat virtual
Mapa interactivo del servicio DELIVERY
Calificación del servicio

Cabe recalcar que el costo de creación e implementación de esta app incluye el mantenimiento mensual por parte de los desarrolladores y a su vez la implementación de nuevas funciones en su interfaz, el alta de esta app tanto el Apple Store como en la Play Store tendrá un precio de S/332 anuales.

Se incluyó dentro de los costos la implementación del APP para el servicio de Delivery en nuestros costos, tal cual como aparece en el cuadro:

Tabla N°47: Costo de Ventas Mensual en soles

COSTO DE VENTA PARA 12 MESES													
SERVICIOS DESGLOSADOS	COSTO UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Lavado Exterior Auto	S/.10.04	S/.913.43	S/.1,285.06	S/.913.43	S/.913.43	S/.913.43	S/.913.43	S/.1,807.33	S/.913.43	S/.913.43	S/.913.43	S/.913.43	S/.1,807.33
Lavado Exterior Camioneta	S/.10.84	S/.1,192.46	S/.1,593.64	S/.1,192.46	S/.1,192.46	S/.1,192.46	S/.1,192.46	S/.2,157.45	S/.1,192.46	S/.1,192.46	S/.1,192.46	S/.1,192.46	S/.2,157.45
Lavado Exterior Ligeros	S/.11.40	S/.120.51	S/.291.45	S/.120.51	S/.120.51	S/.120.51	S/.120.51	S/.348.43	S/.120.51	S/.120.51	S/.120.51	S/.120.51	S/.348.43
Lavado Interior Auto	S/.6.37	S/.482.87	S/.718.62	S/.482.87	S/.482.87	S/.482.87	S/.482.87	S/.1,049.93	S/.482.87	S/.482.87	S/.482.87	S/.482.87	S/.1,049.93
Lavado Interior Camioneta	S/.7.01	S/.642.91	S/.902.46	S/.642.91	S/.642.91	S/.642.91	S/.642.91	S/.1,267.23	S/.642.91	S/.642.91	S/.642.91	S/.642.91	S/.1,267.23
Lavado Interior Ligeros	S/.7.31	S/.64.42	S/.174.08	S/.64.42	S/.64.42	S/.64.42	S/.64.42	S/.210.63	S/.64.42	S/.64.42	S/.64.42	S/.64.42	S/.210.63
Lavado Completo Auto	S/.15.06	S/.2,054.84	S/.2,612.16	S/.2,054.84	S/.2,054.84	S/.2,054.84	S/.2,054.84	S/.3,395.43	S/.2,054.84	S/.2,054.84	S/.2,054.84	S/.2,054.84	S/.3,395.43
Lavado Completo Camioneta	S/.16.42	S/.2,709.30	S/.4,170.95	S/.2,709.30	S/.2,709.30	S/.2,709.30	S/.2,709.30	S/.4,170.95	S/.2,709.30	S/.2,709.30	S/.2,709.30	S/.2,709.30	S/.4,170.95
Lavado Completo Ligeros	S/.17.27	S/.273.97	S/.533.05	S/.273.97	S/.273.97	S/.273.97	S/.273.97	S/.619.41	S/.273.97	S/.273.97	S/.273.97	S/.273.97	S/.619.41
APP para servicio de DELIVERY	S/.17,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.2,000.00								S/.332.00
COSTO DE VENTA MENSUAL		S/.13,454.73	S/.17,281.46	S/.13,454.73	S/.10,454.73	S/.8,454.73	S/.8,454.73	S/.15,026.80	S/.8,454.73	S/.8,454.73	S/.8,454.73	S/.8,454.73	S/.15,358.80

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Al ingresar el costo de creación del APP por parte de IBM, tanto los costos mensuales y anuales proyectados reflejan el incremento de esta inversión. Cabe recalcar que su implementación tiene un tiempo estimado de 4 meses, con un costo fijo de S/332 por mantener la app gratuita en las plataformas de Apple Store y Play Store.

Tabla N°48: Costo de Ventas Anual en soles

COSTO DE VENTA ANUAL					
SERVICIOS DESGLOSADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Lavado Exterior Auto	S/ 13,120.63	S/ 14,064.54	S/ 15,076.35	S/ 16,160.96	S/ 16,561.75
Lavado Exterior Camioneta	S/ 16,640.72	S/ 17,053.40	S/ 17,476.33	S/ 17,909.74	S/ 18,353.90
Lavado Exterior Ligeros	S/ 2,072.91	S/ 2,124.32	S/ 2,177.00	S/ 2,230.99	S/ 2,286.32
Lavado Interior Auto	S/ 7,164.35	S/ 7,342.03	S/ 7,524.11	S/ 7,710.71	S/ 7,901.93
Lavado Interior Camioneta	S/ 9,223.12	S/ 9,451.85	S/ 9,686.26	S/ 9,926.48	S/ 10,172.65
Lavado Interior Ligeros	S/ 1,175.13	S/ 1,204.27	S/ 1,234.13	S/ 1,264.74	S/ 1,296.11
Lavado Completo Auto	S/ 27,896.56	S/ 28,588.40	S/ 29,297.39	S/ 30,023.96	S/ 30,768.56
Lavado Completo Camioneta	S/ 36,896.60	S/ 37,811.64	S/ 38,749.37	S/ 39,710.35	S/ 40,695.17
Lavado Completo Ligeros	S/ 4,237.62	S/ 4,342.72	S/ 4,450.42	S/ 4,560.79	S/ 4,673.90
APP para servicio de DELIVERY	S/ 17,332.00	S/ 332.00	S/ 332.00	S/ 332.00	S/ 332.00
COSTO DE VENTA MENSUAL	S/ 135,759.64	S/ 122,315.16	S/ 126,003.36	S/ 129,830.72	S/ 133,042.29

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N° 49: Presupuesto de Ventas Mensual en soles

Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
S1 - Lavado E. auto	1,377	1,483	1,589	1,695	1,822	1,970	2,097	2,267	2,415	2,606	2,775	2,987	25,085
S2 - Lavado E. camioneta	2,343	2,521	2,699	2,877	3,085	3,322	3,559	3,826	4,093	4,390	4,716	5,072	42,504
S3 - Lavado E. ligeros	237	237	267	267	297	326	356	356	386	415	445	475	4,064
S4 - Lavado I. auto	699	750	801	852	915	992	1,055	1,131	1,220	1,309	1,398	1,500	12,623
S5 - Lavado I. camioneta	1,398	1,504	1,610	1,716	1,843	1,970	2,119	2,267	2,436	2,627	2,797	3,008	25,297
S6 - Lavado I. ligeros	148	148	169	169	191	191	212	233	254	254	275	297	2,542
S7 - Lavado C. auto	3,737	4,004	4,309	4,614	4,958	5,301	5,682	6,102	6,559	7,017	7,551	8,085	67,919
S8 - Lavado C. camioneta	5,500	5,919	6,339	6,805	7,318	7,831	8,390	8,996	9,648	10,347	11,093	11,932	100,119
S9 - Lavado C. ligeros	559	559	606	653	699	792	839	886	932	1,025	1,072	1,165	9,788
Subtotal	16,000	17,127	18,390	19,648	21,127	22,695	24,309	26,064	27,945	29,992	32,123	34,521	289,941
IGV 18%	2,880	3,083	3,310	3,537	3,803	4,085	4,376	4,691	5,030	5,398	5,782	6,214	52,189
TOTAL S/	18,880	20,210	21,700	23,185	24,930	26,780	28,685	30,755	32,975	35,390	37,905	40,735	342,130

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

El presupuesto de compra detalla la cantidad de servicios por el costo de insumos que se van a utilizar en cada uno de ellos.

Tabla N°50: Presupuesto de Compras Mensual en soles

Materiales	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Liquido concentrado	552	592	635	678	729	785	840	901	965	1,036	1,110	1,193	10,019
Shining encera	463	496	533	569	612	658	705	756	809	869	931	1,001	8,404
Shining car todo prop.	104	111	119	128	137	148	158	169	181	195	209	224	1,883
Abrillantador llantas	562	602	646	691	743	799	855	917	982	1,054	1,130	1,215	10,197
Limpia parabrisas	430	460	495	528	568	609	653	700	751	806	863	927	7,790
Elimina olores	223	239	257	274	294	316	339	363	390	418	448	481	4,043
Paño microfibra	363	389	417	445	479	515	551	591	634	680	728	783	6,575
Aplicador neumáticos	112	120	129	138	148	160	171	183	196	211	226	243	2,036
Shining interiores	174	186	200	214	230	246	264	283	304	326	349	375	3,151
Shining car lava	302	323	347	372	400	429	459	492	528	566	607	652	5,476
Desengrase cuero	157	168	180	192	207	222	238	255	274	293	314	337	2,835
Limpia tapiz y alfombra	291	312	335	358	385	412	442	474	509	546	584	628	5,275
Ambientador	55	59	63	67	72	78	83	89	96	103	110	118	994
Subtotal	3,789	4,057	4,355	4,654	5,003	5,376	5,758	6,174	6,619	7,104	7,610	8,177	68,676
IGV 18%	682	730	784	838	901	968	1,036	1,111	1,191	1,279	1,370	1,472	12,362
TOTAL S/	4,471	4,787	5,139	5,491	5,904	6,344	6,794	7,285	7,810	8,383	8,979	9,649	81,038

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.2.3. Punto de equilibrio

Se identifican los diversos costos y gastos que influyen en el proceso de servicio. El costo se vincula con la cantidad de los servicios ofrecidos y el gasto mantiene un nexo con las ventas.

Tabla N° 51: Cálculo de punto de equilibrio

Producto	Proy. 1er Año	Precio Venta	C. Prod.	Mg. Contrib.	Pond. Vtas. Producto	M.C.Pond.
S1 - Lavado E. auto	1,184	21.19	12.69	8.50	13%	1.09
S2 - Lavado E. camioneta	1,433	29.66	18.10	11.56	16%	1.80
S3 - Lavado E. ligeros	137	29.66	15.53	14.13	1%	0.21
S4 - Lavado I. auto	993	12.71	7.83	4.88	11%	0.53
S5 - Lavado I. camioneta	1,194	21.19	9.35	11.84	13%	1.54
S6 - Lavado I. ligeros	120	21.19	9.05	12.14	1%	0.16
S7 - Lavado C. auto	1,781	38.14	20.72	17.42	19%	3.37
S8 - Lavado C. camioneta	2,148	46.61	23.81	22.80	23%	5.32
S9 - Lavado C. ligeros	210	46.61	24.38	22.23	2%	0.51
	9,200	29.66			100%	14.53

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

CF	95,371
TOTAL MCp	14.53

Punto de Equilibrio =	6,563	Necesito realizar 6,563 servicios en el Primer año para cubrir mis costos.
-----------------------	--------------	--

Se determinó según las tablas anteriores que BioCar Wash necesita realizar **6,563** servicios de lavados para cubrir los costos del primer año.

4.2.4. Fuentes de financiamiento

La inversión será costeadada en un 68.97% por las tres accionistas y en 31.03% a través de un préstamo bancario. El aporte de cada socio será de s/ 20,000.00

Tabla N° 52: Estructura Capital

Socio	Aporte	%
Bermudo Camargo	20,000	33.33%
Evaristo Pardavé	20,000	33.33%
Uculmana Quispe	20,000	33.33%
TOTAL S/	60,000	100%

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Tabla N°53: Financiamiento

Detalle	Valor	%
Capital propio	60,000	68.97%
Préstamo	27,000	31.03%
TOTAL S/	87,000	100.00%

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

El financiamiento bancario, será tomado por Banco Continental BBVA cuya tasa efectiva anual (TCEA) es de 35%. Dicho financiamiento será tomado al plazo de 3 años. A continuación, mostramos el cronograma de pago.

Banco	BBVA	Plazo	3 AÑOS
Préstamo	27,000	Pago	Mensual
TCEA	35%	Cuota	1,151.96
TEM	2.53%	Pagos	36

Tabla N°54: Cronograma de pagos

N°	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0				27,000
Ene-20	1,152	684	468	26,532
Feb-20	1,152	672	480	26,052
Mar-20	1,152	660	492	25,560
Abr-20	1,152	647	505	25,055
May-20	1,152	634	517	24,538
Jun-20	1,152	621	531	24,007
Jul-20	1,152	608	544	23,463
Ago-20	1,152	594	558	22,905
Set-20	1,152	580	572	22,333
Oct-20	1,152	566	586	21,747
Nov-20	1,152	551	601	21,146
Dic-20	1,152	535	616	20,529
Ene-21	1,152	520	632	19,897
Feb-21	1,152	504	648	19,249
Mar-21	1,152	487	664	18,585
Abr-21	1,152	471	681	17,903
May-21	1,152	453	699	17,205
Jun-21	1,152	436	716	16,488
Jul-21	1,152	418	734	15,754
Ago-21	1,152	399	753	15,001
Set-21	1,152	380	772	14,229
Oct-21	1,152	360	792	13,437
Nov-21	1,152	340	812	12,626
Dic-21	1,152	320	832	11,793
Ene-22	1,152	299	853	10,940
Feb-22	1,152	277	875	10,065
Mar-22	1,152	255	897	9,168
Abr-22	1,152	232	920	8,248
May-22	1,152	209	943	7,305
Jun-22	1,152	185	967	6,338
Jul-22	1,152	161	991	5,347
Ago-22	1,152	135	1,017	4,330
Set-22	1,152	110	1,042	3,288
Oct-22	1,152	83	1,069	2,219
Nov-22	1,152	56	1,096	1,124
Dic-22	1,152	28	1,124	0
TOTAL S/.	41,471	14,470	27,000	

Fuente: Simulador BBVA

4.3. Estados financieros

4.3.1. Estado de resultados general

A partir del segundo año en la utilidad neta del ejercicio presenta un crecimiento constante, gracias a las estrategias de marketing planteadas, llegando al año 5 con s/ 71,559 soles.

Tabla N°55: Estado de Resultados Generales

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos operacionales					
Ventas netas	289,941	310,541	332,664	356,349	381,686
Otros ingresos					
Total Ingresos	289,941	310,541	332,664	356,349	381,686
Costo de ventas	156,260	177,478	185,471	194,231	203,476
Otros costos operacionales					
Total Costos Operacionales	156,260	177,478	185,471	194,231	203,476
UTILIDAD BRUTA	133,681	133,063	147,194	162,119	178,210
Gastos de Administración	59,151	60,925	62,753	64,636	66,575
Gastos de Ventas	28,868	29,734	30,626	31,544	32,491
Ganancia por Venta Activo					
Otros Ingresos					
Otros Gastos	2,897	2,897	2,897	2,897	1,860
UTILIDAD OPERATIVA	42,765	39,507	50,918	63,042	77,285
Ingresos Financieros					
Gastos Financieros	7,353	5,088	2,030		
Ganancia Int. Fianac. Deriv.					
UTILIDAD antes de P.T. e I.R.	35,413	34,420	48,888	63,042	77,285
Participación Trabajadores					
Impuesto a la Renta 1.5%	4,349	4,658	4,990	5,345	5,725
UTILIDAD O PERDIDA ACT. CONT.	31,064	29,761	43,898	57,696	71,559
Ingreso Neto Operaciones en Discons.					
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	31,064	29,761	43,898	57,696	71,559
UTILIDAD ACUMULADA	31,064	60,825	104,723	162,419	233,979

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.3.2. Estado de situación financiera

Se muestra el Balance Anual Proyectado comprendido por el Activo, Pasivo y Patrimonio.

Tabla N°56: Estado de Situación Financiera

Detalle	0	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVO						
Activo Corriente						
Efectivo y equivalentes efectivo	60,130	107,134	130,375	167,416	230,121	305,695
Cuentas por Cobrar Comerciales		0	0	0	0	0
Cuentas por Cobrar Partes Relac.						
Existencias (Neto)		0	0	0	0	0
Gastos Diferidos						
Credito tributario	2,680					
Total Activo Corriente	62,811	107,134	130,375	167,416	230,121	305,695
Activo no Corriente						
Inversiones Inmobiliarias (Neto)						
Inversiones Activo Fijo (In. Maq. Eq.) (Neto)	14,892	12,483	10,075	7,667	5,259	3,888
Activos Intangibles	9,298	7,438	5,579	3,719	1,860	0
Otros activos						
Total Activo No Corriente	24,190	19,922	15,654	11,386	7,119	3,888
TOTAL ACTIVO	87,000	127,056	146,029	178,802	237,239	309,583
PASIVO						
Pasivo Corriente						
Obligaciones Financieras		8,736	11,793	0		
Cuentas por Pagar Comerciales		15,463	13,410	14,079	14,820	15,605
Impuesto a la renta		0	0	0	0	0
Pasivos Mantenedos Venta						
Total pasivo corriente	0	24,199	25,204	14,079	14,820	15,605
Pasivo No Corriente						
Obligaciones Financieras	27,000	11,793	0			
Impuesto a la renta						
Total Pasivo no Corriente	27,000	11,793	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	27,000	35,992	25,204	14,079	14,820	15,605
PATRIMONIO						
Capital Social	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000
Reservas Legales						
Resultados Acumulados		31,064	60,825	104,723	162,419	233,979
Diferencias de Conversión						
Total Patrimonio Neto	60,000	91,064	120,825	164,723	222,419	293,979
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	87,000	127,056	146,029	178,802	237,239	309,583
Solo para comprobación	0	0	0	0	0	0

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Se observa que en nuestro segundo año de operaciones el Activo muestra un crecimiento significativo que garantiza el pago de la obligaciones financieras y cuentas por pagar comerciales detalladas en el total pasivo. Con respecto al préstamo obtenido se mantendrá hasta fines del tercer año. BIOCAR WASH para fines el quinto año registrará un patrimonio neto de 130% a diferencia del cuarto año.

4.3.3. Estado de flujo de efectivo

Muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento que proyecta BIOCAR WASH a lo largo de los 5 años.

Tabla N° 57. Estado Flujo de Efectivo

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS					
Cobranzas	342,130	366,438	392,544	420,492	450,389
Otros ingresos					
Total ingresos	342,130	366,438	392,544	420,492	450,389
EGRESOS					
Pago proveedores	137,429	162,977	168,280	177,097	186,470
Remuneraciones	103,895	120,663	124,283	128,012	131,852
IGV - SUNAT	34,369	39,778	42,789	45,957	49,349
Interés préstamo	7,353	5,088	2,030		
Amortización préstamo	6,471	8,736	11,793		
Recomendación de lavado	1,260	1,298	1,337	1,377	1,418
Impuesto a la Renta	4,349	4,658	4,990	5,345	5,725
Total egresos	295,126	343,198	355,503	357,787	374,815
Flujo caja operativo	47,004	23,240	37,041	62,705	75,575
Saldo inicial caja	60,130	107,134	130,375	167,416	230,121
Saldo final caja	107,134	130,375	167,416	230,121	305,695

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Durante el proyecto se aprecia un flujo de caja inversionista en crecimiento constante, lo cual demuestra que el viable.

4.4. Evaluación de la inversión

4.4.1. Cálculo de Costo de Oportunidad

Para poder calcular el costo de oportunidad del capital COK. Según Damodaran, hallamos primero Beta apalancado con las variables de beta

desapalancado de Industria Business & Consumer Services 1.00% menos la tasa impositiva 29.5% por ratio de deuda patrimonio.

Entonces utilizamos los siguientes datos:

- Tasa libre de riesgo R_f
- Beta según lo hallado
- Rendimiento del mercado (R_m)

$$K_e = R_f + (R_m - R_f) \times \beta$$

$\underbrace{\quad}_{\text{Cost of Equity}} = \underbrace{\quad}_{\text{Risk Free Rate}} + (\underbrace{\quad}_{\text{Market Risk Premium}}) \times \underbrace{\quad}_{\text{Beta}}$

Tabla N° 58: Cálculo del COK

CALCULO DEL COK	
METODO CAPM	
β_e (Industria)	1.05
D/E (Ratio deuda industria)	35.10%
E (Ratio capital industria)	64.90%
Tax (Tasa impositiva industria)	12.61%
β_u desapalancado	0.7130
D/E (Ratio deuda proyecto)	83.33%
E (Ratio capital proyecto)	16.67%
Tax (Tasa impositiva país)	29.5%
β_{proy}	3.2263
R_f (Rentabilidad activo libre de riesgo)	1.75%
R_m (Rentabilidad del mercado)	7.15%
R_f (Rentabilidad activo libre de riesgo)	1.750%
R_p	1.34%
Inf	3.75%
COKproy	0.2426

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Según el cálculo realizado obtenemos un 24.26% que sostiene la rentabilidad que tendrá BIOCAR WASH

4.4.2. Estructura de WACC

El WACC o costo promedio ponderado de capital, es la tasa de descuento que permite actualizar los flujos de caja libre del proyecto, con la finalidad de determinar, si el proyecto es rentable independiente quien lo financie. Los inversionistas tendrán una rentabilidad por parte del Banco Continental.

Tabla N° 59: Cálculo del WACC

CALCULO DEL WACC	
Patrimonio	68.97%
Deuda	31.03%
Costo de deuda	24%
COK	24.26%
Tasa de impuesto	29.50%
WACC	27.23%

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.4.3. Ratios Contables

Estas herramientas se utilizarán para analizar la situación financiera de la empresa, donde sabremos si se ha gestionado bien el proyecto para la mejora en la toma de decisiones.

Los ratios de liquidez nos servirán para medir el grado de solvencia a corto plazo, si seremos capaces de pagar las deudas al vencimiento. Existen 4 ratios de liquidez:

Tabla N° 60: Liquidez

LIQUIDEZ

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
L. Corriente	4.43	5.17	11.89	15.53	19.59
L. Severa	4.43	5.17	11.89	15.53	19.59
L. Absoluta	4.43	5.17	11.89	15.53	19.59
Capital trabajo	82,935	105,171	153,337	215,301	290,091

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Ratio de solvencia, indica la capacidad que tiene BIOCAR WASH para hacer frente a sus obligaciones financieras en el medio o largo plazo

Tabla N° 61: Solvencia

SOLVENCIA

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Solvencia total	0.28	0.17	0.08	0.06	0.05
Solvencia patrimonial	0.40	0.21	0.09	0.07	0.05
Multiplicador capital	1.40	1.21	1.09	1.07	1.05
Cobertura intereses	5.82	7.77	25.08		
Cobertura servicio deudas	2.66	2.34	25.08		

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

La rentabilidad, mide el nivel de eficiencia en la utilización de los activos de la empresa en relación a la gestión de las operaciones.

Tabla N°62: Rentabilidad

RENTABILIDAD

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Rentabilidad bruta	0.46	0.43	0.44	0.45	0.47
Rentabilidad operativa	0.15	0.13	0.15	0.18	0.20
Rentabilidad neta	0.11	0.10	0.13	0.16	0.19
ROA	0.24	0.20	0.25	0.24	0.23
ROE	0.34	0.25	0.27	0.26	0.24

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

El ratio de gestión, sirven para detectar la efectividad y la eficiencia en la gestión de la empresa.

Tabla N°63: Ratio de Gestión

GESTION

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Rotación cuentas cobrar					
Periodo promedio de cobro					
Rotación cuentas pagar	9.9	12.0	12.0	12.0	12.0
Periodo promedio de pago	36	30	30	30	30
Rotación inventarios	10.1	13.2	13.2	13.1	13.0
Periodo promedio inventarios	36	27	27	27	28
Ciclo conversión efectivo	-1	-3	-3	-3	-2
Rotación activos totales	2.28	2.13	1.86	1.50	1.23

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.5. Evaluación económica

4.5.1. Estructura de Flujo de Caja Económico

El cuadro permite conocer la rentabilidad y viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los ingresos y egresos de dinero durante el tiempo determinado.

Tabla N° 64: Flujo de Caja Económico

Detalle	0	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS						
Ventas		342,130	366,438	392,544	420,492	450,389
Otros ingresos						
Total ingresos		342,130	366,438	392,544	420,492	450,389
EGRESOS						
Costo de servicio		156,260	177,478	185,471	194,231	203,476
Gastos Administrativos		60,006	61,806	63,661	65,570	67,537
Gastos de Ventas		29,989	30,889	31,815	32,770	33,753
IGV SUNAT		34,369	39,778	42,789	45,957	49,349
Inversión Fija Tangible	17,572					
Inversión Fija Intangible	9,298					
Capital de trabajo	60,130					
Impuesto a la Renta		4,349	4,658	4,990	5,345	5,725
Total egresos	87,000	284,973	314,609	328,725	343,873	359,841
Depreciación		2,408	2,408	2,408	2,408	1,371
Amortización		1,860	1,860	1,860	1,860	1,860
FLUJO CAJA ECONOMICO	-87,000	61,424	56,097	68,086	80,887	93,779

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.5.2. VAN Económico

Criterio empleado para actualizar los cobro y pagos del proyecto. Así conoceremos cuanto se va a ganar con esta inversión. Se considera el Cok por los cinco años proyectados más el año cero, obteniendo S/ 99,823

VAN	99,823
-----	--------

TIR Económico, este indicador se relaciona con flujo económico, el cual se expresa como un porcentaje.

TIR	69%
-----	-----

PRI Económico, mediremos en cuanto tiempo se recupera el total de la inversión a valor presente. Teniendo en cuenta el año inmediato anterior en que se recupera la inversión inicial, flujo de efectivo acumulado del año. BIOCAR WASH lo realizará en 2 años.

4.6. Evaluación financiera

4.6.1. Estructura de Flujo de Caja Financiero

Se muestra la circulación del efectivo, las entradas y salidas de capital de la empresa, determinando la rentabilidad del negocio teniendo en cuenta los efectos del financiamiento, el interés y amortización que generan. Asimismo, se toma en cuenta el flujo de caja económico.

Tabla N° 65: Flujo de Caja Financiero

Detalle	0	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS						
Ventas		342,130	366,438	392,544	420,492	450,389
Otros ingresos						
Total ingresos		342,130	366,438	392,544	420,492	450,389
EGRESOS						
Costo de servicio		156,260	177,478	185,471	194,231	203,476
Gastos Administrativos		60,006	61,806	63,661	65,570	67,537
Gastos de Ventas		29,989	30,889	31,815	32,770	33,753
IGV SUNAT		34,369	39,778	42,789	45,957	49,349
Inversión Fija Tangible	17,572					
Inversión Fija Intangible	9,298					
Capital de trabajo	60,130					
Impuesto a la Renta		4,349	4,658	4,990	5,345	5,725
Total egresos	87,000	284,973	314,609	328,725	343,873	359,841
Depreciación		2,408	2,408	2,408	2,408	1,371
Amortización		1,860	1,860	1,860	1,860	1,860
FLUJO CAJA ECONOMICO	-87,000	61,424	56,097	68,086	80,887	93,779
Préstamo	27,000					
Interés préstamo		7,353	5,088	2,030		
Amortización préstamo		6,471	8,736	11,793		
FLUJO CAJA FINANCIERO	-60,000	47,601	42,273	54,262	80,887	93,779

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

4.6.2. VAN Financiero

Indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta el flujo de caja financiero y el WACC, desde el año 0 por la proyección. Obtenemos

VANF	88,189
------	--------

TIR Financiero, es la tasa de descuento en la que se iguala el valor de la inversión con el valor de los flujos futuros.

TIRF	82%
------	-----

PRI Financiero, ayudará a mejorar la toma de decisiones, en base al flujo de caja financiero, permitiendo calcular el período que se necesita para recuperar la inversión inicial, en nuestro caso 2 años

4.7. Análisis de sensibilidad

Analizando el comportamiento del parque automotor en Lima Metropolitana y el crecimiento poblacional en la zona 6, se ha decidido poner a prueba la rentabilidad del proyecto, para ello se tendrán dos escenarios con el propósito de obtener una opción optimista, la cual nos permitirá fijar la atención de los capitalistas y la otra es una opción conservadora, la cual nos permita considerar riesgos hacia el plan, pero que incluya mostrar las fortalezas y la viabilidad del negocio.

Tabla N° 66: Analisis de Sensibilidad

ESCENARIOS	BASE	OPTIMISTA	PESIMISTA
VAN	99,823	153,585	1,550
TIR	69%	85.22%	25.02%
B/C	2.15	2.60	1.02
Probabilidad	50%	25%	25%
VALOR VAN ESPERADO	88,695		
VALOR DE TIR ESPERADO	62.0%		
VARIACIÓN EN VENTAS	Bas/Opt	Pes/Bas	
Δ % VAN	65%	2%	
Δ % ventas/costos	8.0%	3.0%	
ELASTICIDAD	8.12		
SENSIBILIDAD	12.31%		

4.8. Análisis de escenarios

Detallamos el escenario optimista que considera un incremento de precio 5% sobre los costos que bajan un 5.0%, que se basa en el análisis de la temporada verano donde se observa mayor número de servicios por el cambio de estación. Asimismo, varía en determinadas circunstancias el precio de compra de insumos.

Tabla N° 67: Cálculo de escenario Optimista

Variables		
Precio	Sube	5%
Costos	Bajan	5%

FLUJO DE CAJA ECONOMICO FINANCIERO						
Detalle	0	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS						
Ventas		359,237	384,760	412,171	441,517	472,909
Otros ingresos						
Total ingresos		359,237	384,760	412,171	441,517	472,909
EGRESOS						
Costo produccion		152,900	173,662	181,483	190,055	199,101
Gastos Administrativos		60,006	61,806	63,661	65,570	67,537
Gastos de Ventas		29,989	30,889	31,815	32,770	33,753
IGV - SUNAT		34,369	39,778	42,789	45,957	49,349
Inversión Fija Tangible	26,977					
Inversión Fija Intangible	5,740					
Capital de trabajo	63,283					
Impuesto a la Renta		4,349	4,658	4,990	5,345	5,725
Total egresos	96,000	281,614	310,793	324,738	339,697	355,466
Depreciación		2,408	2,408	2,408	2,408	1,371
Amortización		1,860	1,860	1,860	1,860	1,860
FLUJO CAJA ECONOMICO	-96,000	81,890	78,235	91,701	106,088	120,673

COK	24.26%
VAN	153,585
TIR	85.22%
B/C	2.60

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

Un escenario negativo en el cual hay un incremento en los costos de insumos en un 3% y el precio baja 8%, como se observa estas variables afectan al proyecto sin embargo la rentabilidad del negocio se mantiene positiva, sustentando la viabilidad y rentabilidad asegurada del proyecto.

Tabla N° 68: Cálculo de escenario Optimista

ESCENARIO PESIMISTA

Variables

Precio	Baja	8%
Costos	Incrementan	3%

FLUJO DE CAJA ECONOMICO FINANCIERO

Detalle	0	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS						
Ventas		314,760	337,123	361,140	386,853	414,358
Otros ingresos						
Total ingresos		314,760	337,123	361,140	386,853	414,358
EGRESOS						
Costo produccion		160,948	182,802	191,035	200,058	209,580
Gastos Administrativos		60,006	61,806	63,661	65,570	67,537
Gastos de Ventas		29,989	30,889	31,815	32,770	33,753
IGV - SUNAT		34,369	39,778	42,789	45,957	49,349
Inversión Fija Tangible	17,572					
Inversión Fija Intangible	9,298					
Capital de trabajo	60,130					
Impuesto a la Renta		4,349	4,658	4,990	5,345	5,725
Total egresos	87,000	289,661	319,933	334,289	349,700	365,945
Depreciación		2,408	2,408	2,408	2,408	1,371
Amortización		1,860	1,860	1,860	1,860	1,860
FLUJO CAJA ECONOMICO	-87,000	29,366	21,458	31,118	41,421	51,643

COK	24.26%
VAN	1,550
TIR	25.02%
B/C	1.02

Fuente: Realización por los integrantes del proyecto

5. CONCLUSIONES

- Hoy en día existen muchas empresas informales que brindan el servicio de lavado de autos, sin embargo, estas empresas no cubren todas las necesidades insatisfechas, ya que los propietarios o usuarios buscan cuidar más sus vehículos, dejándolos en buenas manos, en lugares seguros y con una atención personalizada, y además de ello, toman conciencia sobre temas de cuidado del medio ambiente.
- El negocio de lavado de autos con productos ecológico es una idea innovadora; hoy en día en Lima Metropolitana no vemos muchas empresas que brinden este servicio, siendo Lima Metropolitana y Callao, las ciudades que poseen más cantidades de autos en todo el país. Además de ello ofrecemos un servicio personalizado, el cliente puede reservar su atención y solicitar el servicio delivery mediante la APP.
- Nuestro proyecto es rentable porque el inversionista estaría recibiendo S/ 99,841 de rentabilidad al valor actual, es favorable porque el invierte S/ 86,982. El proyecto rinde 68.83% anual y por cada sol invertido que está colocando el inversionista está obteniendo 1.15 soles de ganancia, además la recuperación de la inversión es de dos años por lo que le daría al inversionista una liquidez muy buena para que pueda invertir en otras actividades. La tasa de rentabilidad máxima del negocio (TIR) es del 82% por lo que lo hace muy atractivo para la inversión, por cada sol que está invirtiendo se está ganando 1.65 soles.
- Los índices de liquidez son altos, siendo necesaria para obtener rentabilidad en el negocio, y con ello, podremos que después del quinto año la empresa aperture un segundo local para así extenderse en el mercado local, invirtiendo en mercadería, publicidad o en activos financieros.

6. RECOMENDACIONES

- Es recomendable mantener una actitud responsable con el Estado es decir pagar los tributos, esto con el fin de que nuestros clientes puedan evidenciar que somos una empresa seria y formal.
- Estar a la vanguardia de nuevas tecnologías por ejemplo maquinarias y/o productos de alta calidad que contengan un mínimo de insumos tóxicos, aportando al vehículo mayor protección ante los contaminantes. Con respecto al APP actualizarlo eficientemente para el desarrollo habitual de la plataforma, añadiendo opiniones y sugerencias sobre los servicios brindados
- Recomendar buscar nuevas alternativas de inversión, manteniendo nuestra estructura organizacional por los resultados arrojados. Abriéndose otras sucursales en lugares estratégicos, incrementando la calidad de atención, personal y optimizando los procesos de lavado.
- Fortalecer las estrategias de pre y post venta con los clientes para conocer sus nuevas expectativas, a través de modelos de gestión, plantillas de datos actualizados y medir la frecuencia de sus visitas. Y considerar añadir una nueva alternativa de servicio automotriz como revisión técnica.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BCRP. (16 de setiembre de 2019). BCRP. Obtenido de BCRP: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2019/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2019-presentacion.pdf>

Comunicaciones, M. d. (4 de 6 de 2019). Diario el Correo. Obtenido de Diario el Correo: <https://diariocorreo.pe/peru/las-mujeres-al-volante-27-mil-ya-manejan-buses-872398/?ref=dc>

Finanzas, M. d. (16 de 4 de 2019). Diario Gestion. Obtenido de Diario Gestion: <https://gestion.pe/peru/la-crisis-politica-que-enfrenta-peru-cinco-claves-noticia/>

Gestion. (15 de enero de 2019). Gestion. Obtenido de Gestion: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-04/gestion_pdf-2018-04_04.pdf

INEI. (16 de enero de 2019). INEI. Obtenido de INEI: <https://larepublica.pe/economia/2020/01/15/empleo-inei-tasa-de-desempleo-subio-y-hay-casi-326-mil-limenes-buscando-trabajo/>

IPSOS. (14 de diciembre de 2018). IPSOS. Obtenido de IPSOS: <https://www.ipsos.com/es-pe/habitos-usos-y-actitudes-hacia-la-telefonía-móvil-0>

NOTICIAS, C. N. (20 de agosto de 2019). CANAL N NOTICIAS. Obtenido de CANAL N NOTICIAS: <https://canaln.pe/actualidad/gobierno-preve-que-economia-peruana-crecera-4-2020-n402927>

Peru, A. A. (10 de marzo de 2018). Analisis Ambiental del Peru. Obtenido de Analisis Ambiental del Peru: http://siteresources.worldbank.org/INTPERU/SPANISH/Resources/Resumen_Ejecutivo_FINAL_publicado_corregido_Junio_11.pdf

Peruano, E. (31 de octubre de 2017). El Peruano. Obtenido de El Peruano: <https://busquedas.elperuano.pe/normas-legales/prohiben-el-lavado-de-vehiculos-en-la-via-publica-retiros-m-ordenanza-no-029-2017-1585512-1/>

8. BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Metodologica/Guia-Metodologica-11.pdf>
- <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/pbi-trimestral/1/>
- <https://elcomercio.pe/economia/negocios/venta-vehiculos-crecera-cerca-5-2019-ano-golpeado-alza-isc-noticia-588751-noticia/>
- <https://aap.org.pe/estadisticas/>
- <https://aap.org.pe/estadisticas/>
- <https://www.ipsos.com/es-pe/estadistica-poblacional-el-peru-en-el-2018>
- <https://www.ipsos.com/es-pe/perfiles-socioeconomicos-de-lima>
- http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf
- https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/posada_816/posada%20816_final_aumento%20continuo%20del%20parque%20automotor.pdf
- <http://m.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/population-estimates-and-projections/>
- ANIF. (2018). Sector Transporte: Desempeño 2017 y Perspectivas 2018.
- <http://www.anif.co/comentario-economico-del-dia/sector-transporte-desempeno-2017-y-perspectivas-2018> APEIM. (Agosto de 2017). NIVELES SOCIOECONÓMICOS 2017.
- APEIM: <http://www.apeim.com.pe/wp-content/themes/apeim/docs/nse/APEIM-NSE-2017.pdf>
- Arellano marketing. (2017). Estilos de vida
- <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estilos-de-vida/> Automotriz Vera Tudela. (s.f.).
- <http://automotrizveratudela.pe/> CAMARA DE LIMA. (febrero de 2018). AUMENTO CONTINUO DEL PARQUE AUTOMOTOR, UN PROBLEMA QUE URGE SOLUCIONAR.

- https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r816_3/comercio%20exterior.pdf DRYWASH. (2018).
- DRYWASH: <http://www.drywashsys.pe/> Eco Stetic. (s.f.).
- Eco Stetic: <https://ecoestetic.wixsite.com/ecoestetic/nosotros> Eco Touch.
- Eco touch: <http://ecotouchperu.com/> EcoSpray. (Agosto de 2018).
- <http://ecosprayperu.pagedemo.co/> EcoSpray. (Agosto de 2018)
- <http://www.uco.es/serviciosgenerales/Archivo/Procesos/24%20SER-N5-01-M%20COMPRA%20Y%20ALMACENAMIENTO%20DE%20MATERIAL.pdf>.

9. ANEXOS

ANEXO 1: Aspecto Legal

- Forma jurídica empresarial

Nuestra empresa realizó los siguientes pasos necesarios para constituirla optando por una S.R.L. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

	Cantidad de Accionistas / Socios	Organización	Capital y Acciones
Sociedad Anónima (S.A.)	Mínimo: 2	Se debe establecer:	Capital definido por aportes de cada socio.
	Máximo: ilimitado	-Junta general de accionistas.	Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.
		-Gerencia.	
		-Directorio.	
Sociedad Anónima cerrada (S.A.C.)	Mínimo: 2	Se debe establecer:	Capital definido por aportes de cada socio.
	Máximo: 20	-Junta general de accionistas.	Se deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.
		-Gerencia.	
		-Directorio. (Opcional)	
Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)	Mínimo: 2	Normalmente empresas familiares pequeñas.	Capital definido por aportes de cada socio.
	Máximo: 20		Se debe inscribir en Registros Públicos.
Empresario Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)	Máximo: 1	Una sola persona figura como Gerente General y socio.	Capital definido por aportes del único aportante.
Sociedad Anónima Abierta (S.A.A.)	Mínimo: 750	Se debe establecer:	Más del 35% del capital pertenece a 175 o más accionistas.
		-Junta general de accionistas.	Debe haber hecho una oferta pública primaria de acciones u obligaciones convertibles en acciones. Deben registrar las acciones en el Registro de Matrícula de Acciones.
		-Gerencia.	
		-Directorio.	

- Licencias, registro de marca, autorizaciones municipales, regionales, sectoriales y otros requisitos aplicables al negocio

Búsqueda y reserva del nombre de la empresa en los registros públicos

Se acudió a la Oficina de Registros Públicos y verificó que no exista en el mercado un nombre “BioCar Wash” SAC igual o similar al que le queremos poner a nuestra empresa.

Al buscar los nombres existentes, debemos asegurarnos de que estos no se parezcan ni suenen igual a que vamos a usar, debe haber un mínimo de tres letras diferentes.

Una vez realizada la búsqueda y confirmado de que no existan nombres iguales o similares al que vamos a usar, debemos reservar nuestra razón social para que otras empresas no pueda inscribirse con ese nombre, siendo efectiva la reserva por un plazo de 30 días.

Registro de marca y Patente:

El registro de marcas está a cargo de la Dirección de Signos Distintivos de INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual). Cabe señalar que no se pueden registrar signos que sean confundibles con marcas registradas o solicitadas anteriormente.

Requisitos para el Registro de la Marca:

Para el registro de la marca solicitan los siguientes requisitos:

- Presentar tres ejemplares del formato de la solicitud correspondiente e indicar los datos de identificación del solicitante.
- Indicar cuál es el signo que se pretende registrar. Si éste posee elementos gráficos, se deberá adjuntar su reproducción de 5 cm de largo y 5 cm de ancho y a colores si es que así se desea.
- Determinar expresamente cuáles son los productos, servicios o actividades económicas que se desea registrar, así como la clase o clases a la que pertenecen.

- Adjuntar la constancia de pago del derecho de trámite, cuyo costo es equivalente al 14.08% de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) S/. 591.36 nuevos soles.
- El tiempo de vigencia del registro de la marca es por 10 años, al cabo de ese lapso de la marca caduca, se puede volver a renovar por periodos de 10 años, como también se puede hacer de forma indefinida, se debe realizar seis meses antes a su fecha de caducidad.

Concepto	Plazo	Importe
Busqueda Figurativa por clase	1 hora	S/.38.46
Busqueda Fónetica por clase	1 día	S/.30.99
1. Derecho del trámite: 1.1 Presentar el Formato solicitud con detalle del signo a presentar y sus graficos del ser el caso	30 días Hábiles	S/.534.99
1.2 Presentación de la actividad economica a registrar y la clase a la que corresponde		
Publicación en el Diario El Peruano	30 días recibida la orden de publicación	S/.310.53
Total		S/.914.97

Elaboración de la minuta

Se realizó la elaboración de la minuta, documento previo en el cual los miembros de sociedad manifestaron su voluntad de constituir la empresa, y en donde se señalaron todos los acuerdos respectivos. Por lo que se requirió la ayuda de un abogado de confianza.

Elevación de la minuta a escritura pública

Consistió en acudir a una notaría y llevarla la minuta a un notario público para que la revise y la eleve a Escritura Publico. Los documentos que debemos adjuntar con la minuta son:

- Minuta de constitución.
- Constancia o comprobante de depósito del capital aportado en una cuenta bancaria a nombre de la empresa.
- Inventario detallado y valorizado de los bienes no dinerarios.
- Certificado de la búsqueda mercantil emitido por los registros públicos de la inexistencia de la misma o similar razón social.

Elevación de la escritura pública en los registros públicos

Una vez que hemos obtenido la Escritura Pública, se llevó a los registros públicos, en donde se realizó los trámites necesarios para inscribir la empresa.

“BIOCAR WASH” S.R.L. existe a partir como persona jurídica a partir de este paso, es decir a partir de su inscripción en los registros públicos.

Obtención de RUC

El RUC (Registro Único de Contribuyentes), para obtenerlo acudimos a la SUNAT, llenar un formulario de justificación y esperar notificación.

REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN PARA EMPRESAS		
PERSONA NATURAL CON NEGOCIO (*)		PERSONA JURÍDICA
SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	SI LA DIRECCIÓN QUE VA A REGISTRAR NO ES LA MISMA QUE FIGURA EN EL DNI	DNI del Representante Legal
Exhibir el original del DNI	Exhibir el original del DNI	Ficha o partida electrónica certificada por Registros Públicos, con una antigüedad no mayor a treinta (30) días calendario. <i>(verificar requisitos adicionales según tipo de contribuyente a inscribir).</i>
	Cualquier documento privado o público en el que conste la dirección del domicilio fiscal que se declara.	

(*) Consideradas también a las empresas unipersonales.

Si el trámite lo realiza una tercera persona, deberá presentar, adicionalmente:

REQUISITOS ADICIONALES	
Carta Poder con firma legalizada notarialmente o autenticada por fedatario de SUNAT, que lo autorice expresamente a realizar el trámite de inscripción en el RUC.	Presentar los siguientes formularios correctamente llenados y firmados por el titular:
	<ul style="list-style-type: none"> Formulario 2119: Solicitud de inscripción o comunicación de afectación de tributos. Formulario 2046: Declaración de establecimientos anexos (sólo en caso de requerir establecimiento adicional para sus actividades). <p>Y además, para acreditar su representante en el RUC:</p> <ul style="list-style-type: none"> Formulario 2054: Representantes Legales, Directores, Miembros Del Consejo Directivo. Formulario 2054-Anexo: Domicilio de los Representantes Legales.

Régimen laboral y modalidad de contratación

La Empresa se ha acogido a las leyes aplicables a la Pequeña Empresa y nos corresponde acogernos al Régimen Laboral Especial, debido a que nos beneficia como nueva empresa empleadora.

DIFERENCIAS ENTRE EL RÉGIMEN LABORAL GENERAL Y EL RÉGIMEN LABORAL ESPECIAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA			
BENEFICIOS DE LOS TRABAJADORES	RÉGIMEN LABORAL GENERAL O COMÚN	MICRO EMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
VACACIONES	El trabajador tiene derecho a 30 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio. Estas pueden reducirse de 30 días	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.	El trabajador tiene derecho a 15 días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicio.
JORNADA NOCTURNA (Entre las 10:00 p.m. a 6:00 a.m.)	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.	Si la jornada habitualmente es nocturna, no se aplicará la sobre tasa del 35%	Su remuneración no puede ser inferior a la Remuneración Mínima Vital más una sobretasa equivalente al 35% de esta.
COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS (CTS)	Una remuneración mensual, depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).	No.	15 remuneraciones diarias depositadas en dos oportunidades semestrales (mayo y noviembre).
GRATIFICACIONES	Se otorga dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a una remuneración completa por cada oportunidad, y se pagará por mes calendario completo laborado.	No.	Se otorgará dos veces al año, una por Fiestas Patrias y otra por Navidad, en razón a media remuneración por cada oportunidad, siempre y cuando laboren el semestre completo, caso contrario percibirán la parte proporcional.
SEGURO DE SALUD	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.	Seguro Integral de Salud (SIS) – El empleador deberá realizar un aporte mensual equivalente al 50% del aporte mensual total del régimen semi-contributivo del SIS, el otro 50% será completado por el Estado.	ESSALUD 9% de la remuneración – lo aporta en su integridad el empleador.
INDEMNIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización una remuneración y media por cada mes dejado de laborar, en caso sea un contrato a plazo determinado, y le tocará una remuneración y media por cada año de trabajo en caso sea un contrato indeterminado; en ambos casos con un máximo de 12 remuneraciones.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de noventa (90) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.	En el caso de que un trabajador sea despedido sin causa legal, tiene derecho a percibir como indemnización el equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento veinte (120) remuneraciones diarias. Las fracciones de año se abonan por dozavos.
ASIGNACIÓN FAMILIAR	10% de la remuneración mínima vital, tengan a su cargo uno o más hijos menores de 18 años y hasta 24 años en caso de que el hijo al cumplir la mayoría de edad este cursando estudios superiores.	No.	No.

Modalidad de contrato

Un contrato laboral es un acuerdo entre empleado y empleador que da inicio al vínculo laboral. Está determinado por obligaciones y derechos entre ambas partes.

En Perú existen varios tipos de contratos. A continuación, detallamos cuáles son los más habituales en el sector privado:

- Contrato de trabajo a plazo indeterminado o indefinido.
- Los contratos de trabajo sujetos a modalidad

Sus modalidades se detallan a continuación:

- o Contrato por inicio o incremento de actividad.
- o Contrato por necesidad de mercado.
- o Contrato por reconversión empresarial.
- o Contrato ocasional. - Contrato de suplencia.
- o Contrato de emergencia
- o Contrato por obra determinada o servicio específico.

BioCar Wash optara por la modalidad de contrato por inicio o incremento de actividad, que tiene que ver con el inicio de nuestra actividad empresarial, su duración máxima es de tres años.

- Régimen tributario

En la misma SUNAT, a la vez que tramitamos la obtención de nuestro RUC, determinaremos a cuál régimen tributario nos vamos a acoger para el pago de los impuestos.

Una vez que contamos con nuestro numero RUC y elegido el régimen tributario a cuál acogemos, podemos imprimir los comprobantes de pago (Boleta y/o Factura) que vamos a utilizar.

BIOCAR WASH se acogerá al régimen tributario MYPE (pequeña empresa), debido a que las ventas no superan las 1700 UIT.

	Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)	Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER)	Régimen MYPE Tributario (RMT)	Régimen General (RG)
Persona Natural	Sí	Sí	Sí	Sí
Persona Jurídica	No	Sí	Sí	Sí
Límite de ingresos	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Ingresos netos que no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior)	Sin límite
Límite de compras	Hasta S/ 96,000.00 anuales u S/ 8,000.00 mensuales	Hasta S/ 525,000.00 anuales	Sin límite	Sin límite
Comprobantes de pago que puede emitir	Boleta de venta y tickets que no dan derecho a crédito fiscal, gasto o costo	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos	Factura, boleta y todos los demás permitidos
Declaración Jurada anual – Renta	No	No	Sí	Sí
Valor de activos fijos	S/70,000.00	S/126,000.00	Sin límite	Sin límite
	Con excepción de los predios y vehículos	Con excepción de los predios y vehículos		

Trámite de registros como MYPE

El registro en la REMYPE es realizado vía web a través del Portal del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, utilizando para el acceso el número RUC, usuario y clave SOL brindados por SUNAT, luego del acceso, deberá registrar tanto a la empresa como a sus trabajadores y derecho habientes. Este trámite no tiene costo alguno.

Los beneficios son: Según la nueva ley, que figuren en el REMYPE podrán participar de las compras estatales y acceder al 40% reservado a las MYPES, a capacitaciones y financiamientos, reducción a las tasas y multas laborales, además de poder elegir el régimen laboral especial (que implica el pago de salarios y beneficios sociales de acuerdo con el tamaño de la empresa) y a un sistema de salud y pensiones que sea subsidiado por el estado (servicio integral de salud – SIS).

Los requisitos son:

- Su número de RUC debe encontrarse vigente
- Usuario y clave SOL
- Tener como mínimo un trabajador
- No pertenecer al rubro de bares, discotecas, Casinos y juegos de azar.

ANEXO 2: Búsqueda de nombre

sunarp
Superintendencia Nacional de los Registros Públicos

SOLICITUD DE PUBLICIDAD REGISTRAL

Sírvase completar con letra impresa y mayúscula (Lea las instrucciones indicadas al reverso de la hoja)

Señor Registrador Público de la Oficina Registral de:

DATOS DEL SOLICITANTE (1)

Apellido paterno: **EVARISTO** Apellido materno: **PARDO VÉ** Nombre(s) (2): **MARCYCELO LUZ**

Identificado(a) con: DNI/ C.E./Pasaporte/Otro (Especificar): N° **480 399 65**

Correo Electrónico:

En representación de:

Persona Natural: ☐ Sector Público: ☐

Persona Jurídica: **BIOCAR WASH SRL** Sector Privado: ☒

RUC: **20509328469**

REGISTRO AL QUE CORRESPONDE EL SERVICIO SOLICITADO (2)

Registro de Propiedad Inmueble <input type="checkbox"/>	Registro de Personas Jurídicas <input type="checkbox"/>	Registro de Personas Naturales <input type="checkbox"/>	Registro de Bienes Muebles <input type="checkbox"/>
Indicar Registro:(2)	Indicar Registro:(2)	Indicar Registro:(2)	Indicar Registro:(2)

(Llenar solo cuando la información requerida se encuentra en una Oficina Registral distinta de donde se solicita) (*)

Zona Registral: Oficina Registral:

SERVICIO SOLICITADO (3)

BÚSQUEDAS Y CERTIFICADOS	OTROS
-Búsqueda de Índice <input checked="" type="checkbox"/>	-Certificado de Matrícula (Aeronaves) <input type="checkbox"/>
-Búsqueda de Verificador <input checked="" type="checkbox"/>	-Certificado Negativo de Denominación Social o Razón Social <input type="checkbox"/>
-Boleta Informativa del Vehículo <input type="checkbox"/>	-Certificado de Búsqueda Catastral <input type="checkbox"/>
-Copias Simples <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Persona Jurídica <input type="checkbox"/>
-Gravamen <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Poder <input type="checkbox"/>
-Registral Inmobiliario - CRI(Dominio y Gravamen) <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Consejo Directivo/ Administración <input type="checkbox"/>
-Copia Certificada de Tomo/Ficha <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Directorio/Director <input type="checkbox"/>
-Copia Certificada de Partida Electrónica / SARP <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Gerente <input type="checkbox"/>
-Copia Certificada Título Archivado <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Administrador <input type="checkbox"/>
-Certificado Positivo <input type="checkbox"/>	-Certificado Registral de Sucesiones CRES <input type="checkbox"/>
-Certificado Negativo <input type="checkbox"/>	Otro:
-Certificado de Unión de Hecho <input type="checkbox"/>	
-Otro:	

DATOS QUE PERMITAN OTORGAR EL SERVICIO SOLICITADO ** (4):

Apellidos y Nombre/Denominación o Razón Social: N° de Copias:

OTROS DATOS:

DATOS REGISTRALES (4) consignar EL QUE CORRESPONDA:

Todos los Registros (Excepto Registro de Bienes Muebles)

Partida Electrónica:	Asiento N°:	Nro. de Placa de Rodaje:	Partida Electrónica:
Ficha Registral:	Asiento N°:	Consigne el número "CERO" como: 0	
Partida SARP:		Nro. de Matrícula Embarcación Pesquera/ Buque/Aeronave/Naves	Nro. de Serie / Aeronave
Tomo: Folio: Asiento N°:		Título Archivado N°:	Fecha:
Título Archivado N°:	Fecha:		

Registro de Bienes Muebles (Registro de Propiedad Vehicular, Registro Mobiliario de Contratación, Registro de Buques, Registro de Navas, Registro de Aeronaves y Registro de Embarcaciones Pesqueras), Registro de Bienes Muebles vinculados a la Pequeña Minería y Minería Artesanal

sunarp
Superintendencia Nacional de los Registros Públicos

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE TÍTULO EN OFICINA RECEPTORA
Sirvase completar con letra imprenta y mayúscula (Lea las instrucciones indicadas al reverso de la hoja)

El presente título se presenta ante la Oficina Receptora de: **SANTA ANITA**
Para que sea remitido a la Oficina Registral de: **MOGDALEND**

Señor Registrador Público de la Oficina Registral de: **SANTA ANITA**

1 Marcar con un aspa (x) el casillero que corresponda (1)

Registro de Propiedad Inmueble	Registro de Personas Jurídicas <input checked="" type="checkbox"/>	Registro de Personas Naturales	Bienes Muebles RPM, RMC, Embarcaciones Pesqueras, Buzques, Navas, Aeronaves, Registro de Bienes Muebles vinculados a la Pequeña Minería y Minería Artesanal y otros
--------------------------------	--	--------------------------------	--

2 Identificado (a) con: DNI / C.E. / Pasaporte / Otro (Especificar): **480 399 65**
Apellido paterno: **EVARISTO** Apellido materno: **PARDAVE** Nombre(s) (2): **MARYCELO LUZ**
Correo Electrónico:
Domiciliado (a) en: **AV. JAVIER PEDRO OESTE 586, HADDOLEND**

3 En representación de: (llenar cuando corresponda) (3)
Persona Natural:
Persona Jurídica: **BioCar Wash S.R.L.** Sector Público: ☐
RUC: **20509328469** Sector Privado: ☒
Todos los Intervinientes ☐ Algún(os) ☐ Tercero interesado ☐ Especificar:
Solicito la inscripción * (4) **DE PERSONA JURÍDICA**


4 Formulando Reserva de (señale los actos o derechos que no desee inscribir)

5 Intervinientes: * (5)

6 Documentos que se adjuntan (6):

Naturaleza del Documento	Nombre y Cargo del Notario o Funcionario que autoriza o autentica	Fecha
Escritura Pública <input checked="" type="checkbox"/>		
Parte Judicial <input checked="" type="checkbox"/>		
Resolución Administrativa <input checked="" type="checkbox"/>		
Otros (*) <input type="checkbox"/>		

7 Antecedente Registral (7) consignar EL QUE CORRESPONDA:
Partida Electrónica ☐ Ficha Registral ☐ Partida SARP ☐
Tomó: ☐ Folio: ☐ Asiento N°: ☐ Nro. de Placa de rodaje ☐ Nro. de Matrícula (Aeronave, Buque Navío, Embarcación Pesquera) ☐
Si el bien no cuenta con Antecedente Registral:
Nro. de Motor: ☐ Nro. de serie (chasis): ☐ Nro. DUA/DAM: ☐



sunarp
Superintendencia Nacional de los Registros Públicos

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE TÍTULO

Sírvase completar con letra imprenta y mayúscula
(Lea las instrucciones indicadas al reverso de la hoja)

Señor Registrador Público de la Oficina Registral de:

1. Marcar con un aspa (x) el casillero que corresponda (1)

Registro de Propiedad Inmueble <input checked="" type="checkbox"/>	Registro de Personas Jurídicas <input type="checkbox"/>	Registro de Personas Naturales <input type="checkbox"/>
--	---	---

Bienes Muebles
RPV, RMC, Embarcaciones Pesqueras, Buques, Navas, Aeronaves, Registro de Bienes Muebles vinculados a la Pequeña Minería y Minería Artesanal y otros.

2. **EVARRISTO PRADO** **MARY CIELO LUZ**

Apellido paterno Apellido materno Nombre(s) (2)

Identificado (a) con: DNI / C.E. / Pasaporte / Otro: **48039905**

Correo Electrónico:

Domiciliado (a) en: **AV. JAVIER PRADO OESTE 586, MAGDALENA**

3. En representación de: (llenar cuando corresponda) (3)

Persona Natural: ☐ Persona Jurídica: ☒ **BIODOR WASH SRL**

RUC: **20509328469**

Todos los Intervinientes ☐ Algún(os) ☐ Tercero interesado ☐ Especificar:

Sector Público: ☐ Sector Privado: ☒

4. Solicito la inscripción * (4) **DE REGISTRO DE INMUEBLE**

Formulando Reserva de (señale los actos o derechos que no desee inscribir)

5. Intervinientes: * (5)

6. Documentos que se adjuntan (6):

Naturaleza del Documento	Nombre y Cargo del Notario o Funcionario que autoriza o autentica	Fecha
Escritura Pública <input checked="" type="checkbox"/>		
Parte Judicial <input checked="" type="checkbox"/>		
Resolución Administrativa <input checked="" type="checkbox"/>		
Otros (*): <input checked="" type="checkbox"/>		

7. Antecedente Registral (7) consignar EL QUE CORRESPONDA:

Partida Electrónica	Ficha Registral	Partida SARP
Tomo:	Folio:	Asiento N°:
Nro. de Placa de rodaje		Nro. de Matriculad(Aeronaves, Buque, Nave, Embarcación Pesquera)
Consigne el número "CERO" como: 0		
Si el bien no cuenta con Antecedente Registral:		
Nro. de Motor:	Nro. de serie (chasis):	Nro. DUA/DAM:

SUNAT FORMULARIO 2119	REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN AL RUC O COMUNICACIÓN DE AFECTACIÓN DE TRIBUTOS (Incluye Exoneraciones)	09628248 USO SUNAT 0.3 LOTE 0.4 FOLIO
RUBRO I. INFORMACIÓN GENERAL		
TIPO DE SOLICITUD (MARCAR CON "X") INSCRIPCIÓN AFECTACIÓN DE TRIBUTOS	NÚMERO DE RUC <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">20509328469</div>	APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">BIOCAR WASH SRL</div>
RUBRO II. DATOS GENERALES DEL CONTRIBUYENTE		
TIPO DE CONTRIBUYENTE (Ver Tabla Anexa N° 2) NOMBRE COMERCIAL <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">BIOCAR WASH SRL</div> ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (Ver Tabla Anexa N° 1) <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">SERVICIOS</div> ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS (Ver Tabla Anexa N° 1)	CÓDIGO N° LICENCIA MUNICIPAL CÓDIGO CIU CÓDIGO CIU CÓDIGO CIU	TELÉFONOS FAX FECHA INICIO ACTIV. DIA MES AÑO SIST. DE EMISIÓN DE COMPROB. DE PAGO (MARCAR CON "X") MANUAL MAQUINA REGISTR. COMPUTARIZADO SISTEMAS DE CONTABILIDAD (MARCAR CON "X") MANUAL COMPUTARIZADO ACTIVIDAD DE COMERCIO EXTERIOR (MARCAR CON "X") EXPORTADOR IMPORTADOR
CORREO ELECTRÓNICO		
RUBRO III. DOMICILIO FISCAL		
DEPARTAMENTO <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">LIMA</div> DISTRITO <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">MAGDOLENA</div> ZONA (Ver Tabla Anexa N° 3) TIPO <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">AU</div> NOMBRE <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">Javier Prado Oeste</div>	PROVINCIA <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">LIMA</div> VÍA (Ver Tabla Anexa N° 4) NOMBRE	USO SUNAT UBIGEO
Número <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">586</div> Interior <div style="font-size: 1.2em; font-family: monospace;">101</div> Kilómetro Manzana	OTRAS REFERENCIAS	CONDICIÓN DEL INMUEBLE
RUBRO IV. DATOS DE LA PERSONA NATURAL		
DOCUMENTO DE IDENTIDAD (Tabla 5) TIPO NÚMERO	FECHA DE NACIMIENTO O INICIO DE LA SUCESIÓN DIA MES AÑO	SEXO (Tabla 6) NACIONALIDAD (Tabla 7) PAÍS DE PROCEDENCIA (ISO 3166-1 alfabético) DOMICILIO (Tabla 8)
RUBRO V. DATOS DE LA EMPRESA		
FECHA DE INSCRIPCIÓN EN LOS REGISTROS PARTIDA REGISTRAL TOMO O FOLIO ASIENTO	ORIGEN DEL CAPITAL (Ver Tabla Anexa N° 9) PAÍS DE ORIGEN (Si es distinto al país de procedencia)	
RUBRO VI. TRIBUTOS AFECTOS		
CÓDIGO (Ver Tabla Anexa N° 10) AFECTACIÓN (MARCAR CON "X") EXONERACIÓN (MARCAR CON "X")	FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO DIA MES AÑO	CÓDIGO (Ver Tabla Anexa N° 10) AFECTACIÓN (MARCAR CON "X") EXONERACIÓN (MARCAR CON "X")
FECHA DESDE LA CUAL ESTA AFECTO O EXONERADO AL TRIBUTO DIA MES AÑO		
CONSTANCIA DE RECEPCIÓN		

181

ANEXO 4: MINUTA

MINUTA DE CONSTITUCIÓN

SEÑOR NOTARIO:

SIRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PUBLICAS, UNA CONSTITUCION DE **SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**, QUE OTORGAN:

MARYCIELO EVARISTO NACIONALIDAD: PERUANA OCUPACION: ADMINISTRADORA DE EMPRESAS CON DNI N° 48039965 ESTADO CIVIL: SOLTERA

YACKELYN UCULMANA NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACION ADMINISTRADORA DE EMPRESAS, CON DNI N° 72254333 ESTADO CIVIL: SOLTERA

SHERLY BERMUDO NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACION ADMINISTRADORA DE EMPRESAS, CON DNI N° 46087970 ESTADO CIVIL: SOLTERA

TODOS SEÑALANDO DOMICILIO COMUN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN: AV JAVIER PRADO OESTE N° 586 DISTRITO DE MAGDALENA PROVINCIA LIMA, DEPARTAMENTO LIMA.

EN LOS TERMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO: POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, BAJO LA DENOMINACION DE **BIOCARWASH SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**; PUDIENDO UTILIZAR LA ABREVIATURA **BIOCARWASH S.R.L.**,

OBLIGANDOSE A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACION DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO: EL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/ 60,000.00 (SESENTA MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN 3 PARTICIPACIONES SOCIALES DE S/. 20,000.00 (VEINTE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

MARYCIELO EVARISTO APORTA S/. 20,000.00 (VEINTE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APORTES EN EFECTIVO.

YACKELYN UCULMANA APORTA S/. 20,000.00 (VEINTE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APORTES EN EFECTIVO.

SHERLY BERMUDO APORTA S/. 20,000.00 (VEINTE MIL Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APORTES EN EFECTIVO.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

CUARTO. - LA SOCIEDAD SE REGIRA POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARA A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES - LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA "LEY".

ESTATUTO

ARTICULO 1° - DENOMINACION-DURACION-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: BIOCARCHASH SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, PUDIENDO USAR LA ABREVIATURA: BIOCARCHASH S.R.L.

TIENE UNA DURACION **INDETERMINADA**, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURIDICA DESDE SU INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE LIMA, SU DOMICILIO ES LA PROVINCIA DE LIMA DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAIS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL: LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE A:

SERVICIO DE LAVADO DE AUTOS.

SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACION DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRA REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LICITOS, SIN RESTRICCION ALGUNA.

ARTICULO 3° - CAPITAL SOCIAL: EL CAPITAL DE LA SOCIEDAD ES DE S/ (.....Y 00/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN.....PARTICIPACIONES SOCIALES DE S/ (.....Y 00/100 NUEVOS SOLES) CADA UNA, INTEGRAMENTE SUSCRITAS Y TOTALMENTE PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

....., APORTA S/..... (.....Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APORTES EN EFECTIVO Y S/ (.....Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APORTES EN BIENES MUEBLES, CORRESPONDIENDELE PARTICIPACIONES SOCIALES.

....., APORTA S/ (.....Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APORTES EN EFECTIVO Y S/ (.....Y 00/100 NUEVOS SOLES) MEDIANTE APORTES EN BIENES MUEBLES, CORRESPONDIENDELE PARTICIPACIONES SOCIALES.

ARTICULO 4°- PARTICIPACION SOCIAL: LA PARTICIPACION SOCIAL CONFIERE A SU TITULAR LA CALIDAD DE SOCIO Y LE ATRIBUYE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES QUE SEÑALA LA "LEY". LA TRANSMISION, ADQUISICION, USUFRUCTO, PRENDA Y MEDIDAS CAUTELARES SOBRE LAS PARTICIPACIONES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 290°, 291° Y 292° DE LA "LEY".

ARTICULO 5°.- ORGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD TIENE LOS SIGUIENTES ORGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS; Y
- B) LA GERENCIA.

ARTICULO 6°.- JUNTA GENERAL DE SOCIOS: LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS REPRESENTA A TODOS LOS SOCIOS QUE DEBIDAMENTE CONVOCADOS Y CON EL QUORUM CORRESPONDIENTE DECIDEN POR LA MAYORIA QUE ESTABLECE ESTA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA.

LOS ACUERDOS QUE LEGITIMAMENTE ADOPTEN OBLIGAN A TODOS INCLUSIVE A LOS DISIDENTES Y A LOS QUE NO HAYAN PARTICIPADO EN LA REUNION. EL REGIMEN DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS, FACULTADES, OPORTUNIDAD DE LA CONVOCATORIA, SOLEMNIDADES Y CONDICIONES PARA SUS REUNIONES, QUORUM Y VALIDEZ DE SUS ACUERDOS SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 112°, AL 138° DE LA "LEY", DE CONFORMIDAD CON EL NUMERAL 3 DEL ARTICULO 294° DE LA "LEY".

LA CONVOCATORIA A JUNTA GENERAL LA HARA EL GERENTE GENERAL MEDIANTE ESQUELAS BAJO CARGO, DIRIGIDAS AL DOMICILIO O A LA DIRECCION DESIGNADA POR EL SOCIO A ESTE EFECTO.

ARTICULO 7°.- GERENCIA: LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD ESTA A CARGO DE LA GERENCIA QUE PODRA SER REPRESENTADA POR UN GERENTE GENERAL Y UNO O MAS GERENTES DESIGNADOS

POR LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS. SUS FACULTADES, REMOCION Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 287° AL 289° DE LA "LEY" Y TENDRAN LAS FACULTADES Y REMUNERACION QUE SEÑALE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCION DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS;

B) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES, EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES SEÑALADAS EN LOS ARTICULOS 74°, 75°, 77° Y 436° DEL CODIGO PROCESAL CIVIL, ASI COMO LA FACULTAD DE REPRESENTACION PREVISTA EN EL ARTICULO 10° DE LA LEY N° 26636 Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS; TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACION O SUSTITUCION. ADEMAS PODRA CELEBRAR ACTA CONCILIATORIA GOZANDO DE LAS FACULTADES SEÑALADAS EN LAS DISPOSICIONES LEGALES QUE LO REGULEN. PODRA CONSTITUIR Y REPRESENTAR A LAS ASOCIACIONES QUE CREA CONVENIENTE Y DEMAS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS.

C) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y REACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, POLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TITULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES; OTORGAR RECIBOS CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTIA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRESTAMOS CON GARANTIA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

D) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TITULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PUBLICOS. EN GENERAL PODRA CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACION EN PARTICIPACION Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACION EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMAS PODRA SOMETER LAS CONTROVERSIAS Y ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTECTUAL.

F) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PUBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACION DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRA REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

ARTICULO 8°. - MODIFICACION DEL ESTATUTO. AUMENTO Y REDUCCION DEL CAPITAL: LA MODIFICACIONES DEL PACTO SOCIAL, EL AUMENTO Y REDUCCION DE CAPITAL SOCIAL SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 198 AL 220° DE LA "LEY".

ARTICULO 9°. - EXCLUSION Y SEPARACION DE LOS SOCIOS: SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 293° DE LA "LEY".

ARTICULO 10°. - ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACION DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTICULOS 40°, 221° AL 233° DE LA "LEY".

ARTICULO 11º - DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION: EN CUANTO A LA DISOLUCION, LIQUIDACION Y EXTINCION DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTICULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º A 422º, DE LA "LEY".

QUINTO - QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: DON, DNI N°

CLAUSULA ADICIONAL I- SE DESIGNA COMO SUB-GERENTE DE LA SOCIEDAD A:, CON DNI N°, QUIEN TENDRA LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- REEMPLAZAR AL GERENTE GENERAL EN CASO DE AUSENCIA.
- INTERVENIR EN FORMA CONJUNTA CON EL GERENTE GENERAL, EN LOS CASOS PREVISTOS EN LOS INCISOS C Y D DEL ARTICULO 7 DEL ESTATUTO.

CLAUSULA ADICIONAL II- DE CONFORMIDAD CON EL ART. 315º DEL CODIGO CIVIL INTERVIENEN, CONYUGE DE, AUTORIZANDO EXPRESAMENTE EL APOORTE DE BIENES MUEBLES.

AGREGUE USTED SEÑOR NOTARIO, LO QUE FUERE DE LEY Y SIRVASE CURSAR PARTES CORRESPONDIENTES AL REGISTRO DE PERSONAS JURIDICAS DE LIMA PARA SU RESPECTIVA INSCRIPCION.

LIMA,DEDE 2019

.....
(Nombres y apellidos.....)
DNI N°

.....
(Nombres y apellidos.....)
DNI N°

ANEXO 5: Detalle de Gasto de Venta

Suministros de oficina

Detalle	Valor
Papelería	35.00
Utiles	35.00
TOTAL S/	70.00

Materiales de limpieza

Detalle	Valor
Escoba	15.00
Trapeador	20.00
Recogedor	10.00
P.H.	15.00
Detergente	10.00
Jabon	5.00
Aromatizante	15.00
TOTAL S/	90.00

ANEXO 6: Información referencial para planilla

DESCRIPCION	MONTO
Remuneración Mínima Vital	930.00
CTS	0.00
Gratificación	0.00
Asignación Familiar	93.00
Essalud (SIS)	4.5%
SCTR	0.00%
TABLA DE TASAS Y PORCENTAJES	
DESCRIPCION	A/OBL.
Organismo de Normalizacion Prev.	13.00%
AFP Privada	12.25%

ANEXO 7: Planilla de remuneración en los próximos 5 años

AÑO 2020 - 2024

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
Remuneraciones	87,480	101,599	104,647	107,787	111,020
CTS	4,860	5,644	5,814	5,988	6,168
Gratificación	7,290	8,467	8,721	8,982	9,252
Asignacion familiar	0	0	0	0	0
Essalud (SIS)	4,265	4,953	5,102	5,255	5,412
TOTAL S/.	103,895	120,663	124,283	128,012	131,852

ANEXO 8: Margen de ganancia

COSTOS DE PRODUCCION / VARIABLES

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
S1 - Lavado E. auto	12.69	13.84	13.96	14.06	14.16
S2 - Lavado E. camioneta	18.10	19.74	19.92	20.06	20.21
S3 - Lavado E. ligeros	15.53	18.87	19.04	19.17	19.32
S4 - Lavado I auto	7.83	8.51	8.59	8.65	8.71
S5 - Lavado I camioneta	9.35	10.19	10.29	10.36	10.43
S6 - Lavado I ligeros	9.05	9.87	9.95	10.02	10.10
S7 - Lavado C auto	20.72	22.60	22.80	22.96	23.13
S8 - lavado C camioneta	23.81	25.97	26.20	26.38	26.58
S9 - Lavado C ligeros	24.38	26.59	23.42	23.58	23.76

COSTOS OPERATIVOS / FIJOS

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
S1 - Lavado E. auto	7.74	7.46	7.18	6.96	6.90
S2 - Lavado E. camioneta	11.05	10.65	10.25	9.93	9.84
S3 - Lavado E. ligeros	9.48	10.18	9.80	9.49	9.40
S4 - Lavado I auto	4.78	4.59	4.42	4.28	4.24
S5 - Lavado I camioneta	5.70	5.50	5.29	5.13	5.08
S6 - Lavado I ligeros	5.52	5.32	5.12	4.96	4.92
S7 - Lavado C auto	12.65	12.19	11.73	11.37	11.26
S8 - lavado C camioneta	14.53	14.01	13.48	13.06	12.94
S9 - Lavado C ligeros	14.88	14.35	12.05	11.68	11.57

COSTOS TOTAL

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
S1 - Lavado E. auto	20.43	21.30	21.14	21.02	21.06
S2 - Lavado E. camioneta	29.15	30.39	30.17	29.99	30.04
S3 - Lavado E. ligeros	25.01	29.05	28.84	28.67	28.72
S4 - Lavado I auto	12.61	13.10	13.00	12.93	12.95
S5 - Lavado I camioneta	15.05	15.69	15.58	15.49	15.51
S6 - Lavado I ligeros	14.57	15.19	15.08	14.99	15.01
S7 - Lavado C auto	33.37	34.79	34.53	34.33	34.39
S8 - lavado C camioneta	38.34	39.98	39.68	39.45	39.52
S9 - Lavado C ligeros	39.26	40.94	35.47	35.26	35.32

PRECIOS DE VENTA

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
S1 - Lavado E. auto	21.19	21.82	22.48	23.15	23.85
S2 - Lavado E. camioneta	29.66	30.55	31.47	32.41	33.38
S3 - Lavado E. ligeros	29.66	30.55	31.47	32.41	33.38
S4 - Lavado I auto	12.71	13.09	13.49	13.89	14.31
S5 - Lavado I camioneta	21.19	21.82	22.48	23.15	23.85
S6 - Lavado I ligeros	21.19	21.82	22.48	23.15	23.85
S7 - Lavado C auto	38.14	39.28	40.46	41.67	42.92
S8 - lavado C camioneta	46.61	48.01	49.45	50.93	52.46
S9 - Lavado C ligeros	46.61	48.01	49.45	50.93	52.46

MARGEN DE GANANCIA

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
S1 - Lavado E. auto	0.76	0.52	1.33	2.13	2.79
S2 - Lavado E. camioneta	0.51	0.16	1.30	2.42	3.34
S3 - Lavado E. ligeros	4.65	1.50	2.63	3.74	4.66
S4 - Lavado I auto	0.10	-0.01	0.48	0.96	1.36
S5 - Lavado I camioneta	6.14	6.13	6.90	7.66	8.33
S6 - Lavado I ligeros	6.62	6.63	7.40	8.16	8.83
S7 - Lavado C auto	4.77	4.49	5.92	7.34	8.53
S8 - lavado C camioneta	8.27	8.03	9.77	11.48	12.94
S9 - Lavado C ligeros	7.35	7.07	13.98	15.67	17.14

MARGEN DE GANANCIA %

Detalle	2020	2021	2022	2023	2024
S1 - Lavado E. auto	3.71%	2.44%	6.31%	10.14%	13.24%
S2 - Lavado E. camioneta	1.77%	0.52%	4.31%	8.07%	11.11%
S3 - Lavado E. ligeros	18.59%	5.16%	9.12%	13.06%	16.24%
S4 - Lavado I auto	0.83%	-0.05%	3.72%	7.45%	10.48%
S5 - Lavado I camioneta	40.77%	39.04%	44.29%	49.49%	53.70%
S6 - Lavado I ligeros	45.46%	43.67%	49.09%	54.46%	58.81%
S7 - Lavado C auto	14.29%	12.89%	17.15%	21.37%	24.79%
S8 - lavado C camioneta	21.58%	20.09%	24.62%	29.11%	32.75%
S9 - Lavado C ligeros	18.73%	17.28%	39.43%	44.45%	48.52%